Niveau(x) d'enseignement: 9 Numéro EDUQ : 8270818
Centre d'intérêt: 640

Landry, Antoine, 1946-.

La télévision communautaire au Lac Saint-Jean / Antoine Landry, Henri Tremblay. -- [Québec] : Ministère de l'éducation, Direction générale de la planification, 1972.
vii, 398 p. ; 28 cm. -- (Documents / Ministère de l'éducation, Direction générale de la planification. Etudes et recherches ; 2.26)

Titre de la couv. Code: 28-1135. Notes (part. bibliographiques) au bas des p.

Cote Dewey: 374.9714/L262t Cote LC: LC/5254.2/.Q3

Descripteur(s): *Télévision éducative *Programme d'enseignement *Participation communautaire *Communication *Evaluation de programmes *Analyse organisationnelle *Education des adultes

Identificateur(s) de nom: *Tévec (Projet)

Identificateur(s) de sujet: *Télévision communautaire

Ce rapport de recherche rend compte des expériences de participation vécues principalement à Normandin et à St-Félicien lors d'une expérimentation de télévision communautaire entreprise au Lac St-Jean dans le cadre du programme éducatif Tévec, en 1968 et 1969. Son objectif est de cerner l'ensemble du phénomène de la télévision communautaire pour en situer les coordonnées essentielles, en dégager les articulations idéologiques et organisationnelles, et en évaluer la portée.

Quatre techniques de recherche ont été utilisées: 1. l'observation sur place de la réalisation de plusieurs émissions; 2. 34 entrevues auprès des artisans de l'expérience de Normandin; 3. plusieurs entretiens informels avec les artisans, les participants et les animateurs; 4. un questionnaire administré à 241 abonnés au câble de Normandin et à 250 de St-Félicien. À partir de là, le rapport élabore un effort de clarification de la dimension utopique du projet et de son caractère d'intervention sociale. Puis, il analyse le projet en tant qu'organisation et processus de communication; enfin, il présente un profil des artisans, du contenu des émissions et de la perception globale que les communautés concernées ont de l'expérience.

Le projet a surtout rempli une fonction de révélateur de ressources. Du point de vue de l'expression, la télévision communautaire s'est avérée un centre culturel moderne et populaire, un lieu de créativité. Elle est devenue un nouvel environnement éducatif, un nouveau modèle communautaire de développement socio-culturel.

Type de document: r

Région(s) administrative(s): 02
Auteur de l'analyse: fr

E D U Q 8270818

GOUVERNEMENT DU QUÉBEC
MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION
DIRECTION GÉNÉRALE DE LA PLANIFICATION

DOCUMENTS
ÉTUDES ET RECHERCHES **2-26**

LA TÉLÉVISION COMMUNAUTAIRE AU LAC SAINT-JEAN

Antoine Landry
Henri Tremblay

Juillet 1972

28-1135

EDUQ 8270818

TABLE DES MATIERES

Page

I- La télévision communautaire, UN EVENEMENT..... 1

Description de l'événement..... 2

Origines du mouvement..... 10

II- La télévision communautaire, UNE RECHERCHE..... 14

1) La perspective générale..... 15

2) Les hypothèses de base..... 19

3) Les objectifs..... 20

A) Les objectifs initiaux..... 21

B) Ce qui a été réalisé..... 25

4) Les techniques..... 28

5) L'utilisation de la recherche..... 35

A) Un instrument d'auto-évaluation..... 35

B) Une source d'informations..... 37

6) Le plan du rapport..... 40

III- La télévision communautaire, UNE UTOPIE CONCRETE..... 43

1) Deux éléments utopiques de base..... 46

A) La transformation des media de masse en outils de communication..... 47

B) Les possibilités de changement de la TVC..... 52

Page

2) Le contenu de l'utopie de la TVC..... 55

A) La prise de la parole..... 55

B) Le contrôle du changement social..... 57

C) La création d'un nouveau tissu humain..... 59

3) La télévision communautaire, une utopie concrète..... 61

- Le BLOC..... 65
- Le Vidéographe..... 69
- May Day Video..... 72
- Le magnétoscope, un instrument d'information... 73
- Metro Media..... 75
- L'Introscaphe..... 76

IV- La télévision communautaire, UNE INTERVENTION SOCIALE..... 79

1) L'incompatibilité de la TVC et de la télévision de masse..... 82

2) La spécificité de la TVC: un mode d'intervention sociale..... 89

3) Divers modèles possibles d'intervention sociale..... 94

A) La TVC-tribune..... 96

B) La TVC-animation sociale..... 98

C) La TVC-information..... 107

D) La TVC-expression..... 110

E) La TVC-éducation..... 114

Page

V- La télévision communautaire, UNE ORGANISATION..... 118

1) Les visées idéologiques..... 119

2) Les objectifs de la TVC de Normandin..... 122

A) La définition des objectifs dans une perspective d'animation sociale..... 123

B) Les trois niveaux d'explication de la distorsion constatée dans la poursuite des objectifs de la TVC..... 125

3) La stratégie d'action de la TVC..... 128

A) La stratégie organisationnelle..... 129

B) La stratégie d'animation..... 134

- Animation centrée sur les groupes..... 134

- Animation centrée sur la télévision elle-même..... 136

VI- La télévision communautaire, UN PROCESSUS DE COMMUNICATION..... 141

1) La communication à la télévision..... 144

A) Devant les caméras..... 145

B) La télévision retransmet les réunions.... 147

C) Des messages sans "feedback" apparent.... 149

D) Le format des émissions..... 152

E) La ligne téléphonique..... 152

F) L'utilisation de l'expert..... 155

Page

2) La communication autour de la télévision..... 157

A) L'élaboration d'une émission..... 157

B) Le montage..... 158

C) La communication après le visionnement..... 159

3) La communication aux divers niveaux de participation à la TVC..... 162

A) Les "acteurs" en présence..... 163

B) Le groupe des artisans dans l'ensemble de l'organisation "TVC"..... 167

C) Un nouveau modèle d'organisation?..... 173

VII- La télévision communautaire, DES ARTISANS..... 175

1) Les caractéristiques des artisans..... 178

A) Quelques données de base..... 178

B) La participation à la TVC..... 179

C) La motivation..... 180

D) La perception de la TVC..... 182

2) Une typologie des artisans..... 184

A) les artisans "gestionnaires"..... 184

B) Les artisans "fonctionnels"..... 186

C) Les artisans "expressifs"..... 188

D) Les artisans "militants"..... 189

Page

VIII- La télévision communautaire, UN CONTENU..... 192

A) Types de contenus..... 194

B) Les participants..... 204

IX- La télévision communautaire, UNE COMMUNAUTE..... 206a

1) Quelques caractéristiques des répondants..... 210

A) Adhésion à une association..... 210

B) Lecture des journaux et des revues..... 212

C) L'écoute de la télévision..... 213

2) Le degré d'information sur la TVC..... 215

A) Les rencontres d'information..... 215

B) Le degré d'information sur les activités de la TVC..... 217

3) Le degré de participation à la TVC..... 218

A) L'écoute des émissions..... 218

B) Les raisons de l'écoute..... 220

C) La discussion des sujets d'émissions..... 221

D) La participation aux émissions..... 223

E) Les raisons de la participation..... 225

F) Les artisans de la TVC..... 227

G) La participation future..... 228

Page

4) L'appréciation de la TVC..... 231

A) Le degré d'intérêt des émissions..... 232

B) Le degré d'adaptation des contenus..... 236

C) Le niveau de langage dans les émissions..... 239

D) L'utilité de la TVC comme moyen de communication..... 240

E) L'efficacité de la TVC comme moyen de discussion des problèmes du milieu..... 241

F) Le vote en faveur de ou contre la TVC..... 242

5) L'impact de la TVC..... 244

A) La TVC comme source d'information..... 245

B) La TVC et les enjeux réels de la collectivité..... 245

C) La connaissance du milieu..... 246

D) L'implication personnelle dans la vie du milieu..... 247

E) La démystification de la télévision..... 248

6) L'image de la TVC..... 253

A) L'identification..... 253

B) Le sentiment d'appartenance..... 254

C) La spécificité de la TVC..... 256

D) Les intentions des responsables de la TVC..... 258

E) La représentativité de la TVC..... 259

F) Le coût de la TVC..... 261

Page

7) L'orientation future de la TVC..... 262

A) Les objectifs..... 263

B) Le fonctionnement de la TVC..... 264

C) La formule des émissions..... 266

D) Les conditions d'écoute de la TVC..... 267

E) La perception du milieu socio-économique..... 269

- Rythme de développement..... 269

- Eléments spécifiques de la vision du milieu..... 270

- Le sentiment d'impuissance face aux problèmes à résoudre..... 273

- La crainte du conflit social..... 274

X- CONCLUSION..... 282

La télévision communautaire, UN NOUVEAU MODELE SOCIO-CULTUREL DE DEVELOPPEMENT?..... 282

-I-

La télévision communautaire, UN EVENEMENT

Description de l'événement

L'histoire de la télévision communautaire au Lac St-Jean a commencé par un événement exceptionnel et unique en son genre: pendant cinq jours consécutifs des "citoyens ordinaires" d'un petit village produisent eux-mêmes trois heures de télévision chaque soir et les diffusent dans tous les foyers du village. Ce coup de départ de la télévision communautaire à Normandin a lancé un mouvement qui s'est déployé, de septembre à mai, dans quatre autres localités de la région: Girardville, St-Thomas, Dolbeau et St-Félicien.

Pendant quelques jours les conseillers de l'O.N.F. ont initié les gens de Normandin au maniement des appareils magnétoscopiques, alors que de leur côté les concepteurs du projet ont regroupé des personnes en différentes équipes de travail qui ont élaboré le contenu des émissions. Et, à la surprise générale, trois heures de télévision ont été produites chaque soir du mardi au samedi de la troisième semaine de septembre. Un studio avait été improvisé au sous-sol chez un membre du groupe.

Pour diffuser les émissions, on s'était branché sur l'un des canaux du câble local qui retransmet ordinairement la programmation d'une chaîne de télévision de langue

française. Le propriétaire du câble, qui rejoint environ 400 familles, a prêté avec enthousiasme son concours à l'expérience. On utilisait les équipements magnétoscopiques prêtés par l'O.N.F., du type "Sony ½", instrument d'initiation et de maniement facile, d'une grande mobilité, et surtout, qui peut être branché directement sur le câble. En effet, on peut diffuser une émission en branchant sur le câble, soit la caméra elle-même, soit l'enregistreuse magnétoscopique. Par contre, cet équipement est très fragile et produit une image instable; la qualité technique des montages ne peut être très élevée.

Pour arriver à produire ces trois heures par jour d'émissions, près de 40 personnes ont dû travailler presque jour et nuit. Ceux qui étaient de ce groupe ont reparlé longtemps de l'atmosphère exhaltante qui régnait à ce moment. Tous étaient plongés dans les différentes tâches de production pour lesquelles ils n'avaient eu à peu près pas d'entraînement: choix des contenus, recherche, maniement des caméras, montage, animation des émissions, interview dans les foyers ou sur la rue, mise en ondes des émissions, etc. Une centaine d'autres personnes du village et des environs ont aussi vécu cette aventure en participant aux émissions devant les caméras.

L'image qui se dégage de cette "semaine intensive" de télévision communautaire est celle d'un "happening", d'une expérience collective d'apprendre aux dimensions d'un village entier. Certes, l'expérience a été plus intense au sein du groupe de production mais tous les gens du village ont également été saisis d'enthousiasme par cet événement, captivés de voir apparaître leurs voisins ou amis au petit écran et surtout étonnés de voir des gens comme eux faire fonctionner cette "machine" aux allures mystérieuses. Les gens des rangs et des autres villages qui ne pouvaient pas recevoir chez eux les émissions venaient à Normandin les voir. Pendant toute cette semaine les émissions de la télévision communautaire ont alimenté les conversations journalières.

Le contenu des émissions a fait place tout autant à l'expression individuelle qu'à l'échange communautaire. Des personnes ont exprimé une part de leur quotidien — par exemple un boulanger et un fabricant de miel ont parlé de leur travail— tandis que d'autres ont discuté des problèmes de la communauté - par exemple on a fait des entrevues avec des représentants d'organismes, des reportages sur les activités des associations, des discussions sur les problèmes sociaux, etc. Résumée à grands traits, cette semaine intensive aura

été une démystification de la télévision, un regard "flash" sur le milieu, une expérience intensive d'apprentissage pour les artisans et un événement novateur qui a eu des échos à travers tout le Québec.

Après ce premier grand coup, on s'est arrêté pour réfléchir. Déjà, au point de départ de l'expérience, il y avait une volonté de faire quelque chose de durable: on avait travaillé avec l'O.N.F. à condition que le matériel demeure pour tenter d'assurer la continuité. Maintenant on se demande si la télévision communautaire est viable et comment on peut en assurer la continuité.

Une démarche de discussion et de planification s'est amorcée, soutenue par le travail de deux animateurs, l'un prêté par l'O.N.F., l'autre par la Commission scolaire régionale Louis-Hémon. Après avoir fait l'évaluation de la semaine intensive avec le groupe des artisans, on a mis sur pied un comité provisoire chargé de faire une demande en incorporation, de faire l'étude des possibilités financières de continuité ainsi que de bâtir une infrastructure technique. On a entrepris de bâtir un studio et de donner des cours aux gens sur l'usage des appareils. Vers la fin octobre, un comité d'implantation s'est attaqué à la tâche de

réunir des gens dans tout le secteur (5 villages) pour les inviter à participer à ce nouvel organisme, qui voulait résolument que la communauté devienne le secteur et non plus le village de chacun. Par des réunions qui ont regroupé un grand nombre de personne, on a tenté de faire participer les corps intermédiaires ainsi que les élus des corps publics. De ces réunions ont émergé un conseil d'administration de la télévision communautaire ainsi qu'une ébauche des structures de fonctionnement. On a donné à la T.V.C. l'objectif de favoriser la communication et la participation au sein de la communauté, en même temps que de permettre l'expression spontanée des individus.

Les structures étant en place, quelques groupes de personnes étant prêtes à produire des émissions, le studio étant terminé, on commença la production d'émissions hebdomadaires d'une durée de une à deux heures. La même émission était reproduite à des soirs différents à Normandin, Girardville et St-Thomas. Les cultivateurs vivant dans les rangs ainsi que les habitants de deux autres villages du secteur n'étaient pas rejoints par ces émissions.

Certains organismes du milieu ont suspendu leur engagement au projet en raison de l'impossibilité où était la télévision communautaire de rejoindre la majorité de leurs

membres. C'est pour tenter de résoudre ce problème qu'on a fait des démarches pour obtenir un émetteur capable de couvrir tout le secteur.

Les contenus d'émissions sont produits par les artisans, tous bénévoles. Les artisans travaillent à la télévision communautaire au gré de leurs intérêts, de façon plutôt irrégulière. Ils ne forment pas un groupe homogène et cohérent; il s'agit plutôt d'individus qui, sauf exception, travaillent occasionnellement, ou encore de petits groupes d'amis qui font une émission de temps en temps. La télévision communautaire réflète le rythme d'activité des artisans mais aussi leurs préoccupations. Comme les artisans sont surtout des étudiants et des professeurs, les intérêts du milieu scolaire dominent.

Les objectifs d'animation qu'on avait donnés à la télévision communautaire pouvaient difficilement être soutenus par les artisans qui venaient pour apprendre à produire des émissions surtout d'un point de vue technique. Il devait donc exister une tension constante entre le niveau de la production et celui de l'animation, pour qui il fallait à tout prix éviter de faire de la télévision une fin en soi, de s'en servir comme d'une "bébelle".

Les difficultés pour arriver à planifier les contenus d'émissions n'ont pas manqué. Une réunion d'artisans à tous les deux mois permettait tout au plus de fixer quelques jalons. Le comité de programmation est vite devenu inopérant. Les membres du comité d'administration n'ont pas exercé d'influence, presqu'aucun n'étant engagé dans la production. Ce défaut de planification a été comblé tant bien que mal par les animateurs qui suggéraient des contenus aux artisans. De façon générale les animateurs — surtout les deux jeunes de la région embauchés par l'O.N.F. et un réalisateur venu pour s'occuper de la formation des artisans — ont comblé les vides laissé par l'irrégularité du travail des artisans et par le manque de planification des contenus d'émissions. Il fallait à tout prix assurer la production d'au moins une heure chaque semaine. Les problèmes de ressources humaines pour assurer le fonctionnement régulier de la télévision communautaire ont permis aux organisateurs de toucher du doigt ce que représente l'exode des jeunes (18 à 30 ans) dans cette région en régression économique.

Alors qu'on avait voulu faire de la télévision communautaire un organisme bien structuré en même temps que flexible (comités responsables des principales fonctions, rotation des tâches), on constate qu'elle est devenue, après

six mois d'opérations, un genre d'"Open House" où presque tout est improvisé. Comme chacun peut produire une émission et qu'on n'opère pas de sélection, on voit régulièrement dans la même émission une partie intéressante et bien faite côtoyer une autre partie endormante et dont l'image est mauvaise. Le produit est donc très inégal mais l'expérience d'apprendre semble aussi enrichissante pour chacun. C'est vraiment cette possibilité que tous ont de faire leur propre expérience de la télévision qui étonne le plus dans toute cette entreprise. On dirait qu'ils apprennent à utiliser la télévision de la même façon qu'on a appris à utiliser un crayon. Ainsi on peut voir deux membres d'un club de loisirs, après avoir reçu quelques explications sur l'usage des appareils, faire une émission sur le couronnement de leur "Miss"; ils donnent l'impression que le plaisir de maîtriser la "quincaillerie" a plus d'importance que le contenu qu'ils veulent présenter au public. Un groupe de femmes d'une association féminine expliquent le sens de leurs activités et interrogent des fonctionnaires au sujet de la loi d'aide sociale; elles ne s'occupent pas elles-mêmes de l'aspect technique de l'émission, mais sont fort soucieuses de l'image qu'elles ont donnée d'elles-mêmes. Certains artisans, plus réguliers au travail, font des séries d'émissions qui reviennent chaque semaine: un bulletin sur les événements de la semaine dans

le secteur, des conseils sur l'horticulture, des reportages et entrevues sur les affaires municipales, des activités de pastorale, etc.

Cette diversité d'expériences offerte à ceux qui participent au projet ne va pas sans de multiples difficultés techniques: pénurie d'équipements et défectuosités fréquentes des appareils. Les difficultés se sont aggravées lorsqu'il a fallu partager les équipements avec deux centres de production. En effet, vers le mois de janvier 1971, St-Félicien et Dolbeau se sont donné eux aussi une télévision communautaire.

Pour tenter de réduire les efforts énormes qu'il fallait fournir pour tout produire en différé, on a décidé au début de mai de relier le studio au câble afin de produire en direct.

Les origines du mouvement

Deux sources principales sont à l'origine de cet événement en apparence improvisé: Tévec et Société Nouvelle. L'influence la plus lointaine mais la plus déterminante se

situe au niveau du groupe d'animateurs et de leaders nouveaux laissés sur place à la suite du programme éducatif expérimental Tévec, qui a été vécu par la population adulte du Saguenay/Lac-Saint-Jean en 1968 et en 1969. On sait que l'une des intentions de base du projet Tévec s'appuyait sur une animation dite sociale devant se combiner avec la télévision et les cours par correspondance pour créer une "école" nouvelle. Même si la fonction dominante de l'animation sociale à Tévec a consisté à maintenir la participation pédagogique au projet, cette forme d'animation assumait deux autres fonctions: une fonction consultative (donner la possibilité à la population d'exprimer son opinion sur Tévec) et une fonction sociale (contribuer à l'émergence d'une conscience régionale).

Dans l'ensemble cette fonction sociale de l'animation s'est avérée passablement marginale, sauf dans le secteur de la régionale Louis-Hémon, où l'on a privilégié la dimension socio-économique du projet Tévec. Cette orientation particulière a favorisé le développement d'une équipe d'animateurs et d'un noyau de leaders qui ont oeuvré auprès de plusieurs catégories de personnes intéressées à amorcer une réflexion sur leur situation. Pour tous ces gens, la fin de l'expérience Tévec signifiait seulement un changement dans

les conditions d'opération, même s'il a parfois été difficile d'axer les activités d'animation sur un projet vraiment "intéressant". C'est dans ces conditions qu'est survenu l'événement "télévision communautaire" qui représentait, pour ainsi dire, la continuité logique pour des gens ayant connu Tévec.

L'occasion qui devait déclencher l'expérience de TVC avait pour nom Société Nouvelle, déjà présente dans la région depuis quelques semaines dans le cadre du projet "Région 80"(1). L'intervention d'une durée d'un an impliquait la production de films et de documents magnétoscopiques. Dans le cadre des travaux de l'Office de planification et de développement du Québec, il s'agissait de produire une série de films qui mettraient l'accent sur les mentalités nouvelles dans chacun des secteurs concernés: forêts, agriculture, structures politiques, etc. Les difficultés rencontrées dans la mise en marche du projet ont abouti à la décision de concentrer à Normandin les ressources nécessaires pour entreprendre l'expérience de télévision communautaire.

Le projet élaboré à Normandin rencontrait les objectifs généraux poursuivis par Société Nouvelle, un programme du gouvernement fédéral:

(1) Ce sont les animateurs du secteur Louis-Hémon qui ont entrepris les premières démarches.

"... l'objectif du programme est de mettre les techniques audio-visuelles au service de ces citoyens, groupes ou classes de citoyens dont on dit qu'ils véhiculent une culture minoritaire (culture de pauvreté, culture rurale, culture hippie, etc.), la culture majoritaire étant exprimée par les gouvernants. Les techniques de communication doivent leur permettre:

- d'identifier leurs problèmes, voire d'exprimer leur vision du monde, et de communiquer entre eux (connaissance de soi; le film utilisé comme catalyseur à l'intérieur du groupe même);

- d'exprimer leurs besoins et de les communiquer au reste de la société, particulièrement à ceux qui gouvernent (pont entre leurs besoins et la rationalité dominante, entre gouvernés et gouvernants, etc.);

- d'aller chercher, sur l'ensemble de la société, les informations (fonctionnement, structure du pouvoir, etc.) dont ils ressentent le besoin (connaissances nécessaires à l'action) (1).

Le programme "Société Nouvelle" représente la troisième étape (à partir de 1969) d'un processus de réflexion et d'expérimentation du film comme outil d'animation sociale ou comme instrument de changement. Les deux premières étapes remontent à 1963-1966 (surtout dans le cadre du programme ARDA) et à 1966-1969 avec le Groupe de Recherche Sociale. Sur le plan des structures, le programme "Société Nouvelle" dépend d'un comité composé de représentants de plusieurs ministères fédéraux et de l'O.N.F.

(1) Normand CLOUTIER, Société Nouvelle - Challenge for change, texte polycopié, p. 1.

-II-

La télévision communautaire, UNE RECHERCHE

1) La perspective générale de recherche

> En termes généraux, la sociologie du présent s'efforce de rendre compte d'un phénomène. Elle s'efforce de le faire émerger par tous les moyens adéquats possibles, d'en découvrir les articulations internes et externes, et finalement, d'énoncer un discours intelligible qui, au lieu de dissoudre et de noyer le singulier concret, puisse le révéler (1).

Cette perspective ou ce style de recherche peut servir à situer approximativement l'intention générale du présent travail sur le phénomène de la TVC, phénomène dont les dimensions les plus éclatantes nous sont déjà apparues à travers la simple description de l'événement. Cette option de recherche écarte au moins deux autres approches possibles: l'une centrée sur la communauté et l'autre élaborée à partir d'une ou deux facettes privilégiées parmi un ensemble d'éléments définissant le phénomène de la télévision communautaire.

Dans le premier cas, nous aurions cherché à explorer ou à mesurer les modifications ou les perturbations provoquées par la TVC au sein de la communauté dans son ensemble

(1) Edgar MORIN, La Métamorphose de Plodémet, Fayard, Collection "Le monde sans frontières", 1967, p. 15.

ou dans une de ses parties composantes. Par exemple, il aurait été possible d'envisager l'étude de l'influence de la TVC sur les corps intermédiaires du milieu: la TVC a-t-elle contribué à amener des organismes à réviser leur perception du milieu et à redéfinir leur rôle? A ce niveau de recherche, la TVC aurait été considérée comme un "input" dont il s'agit d'évaluer l'impact dans la vie de la communauté. Dans cette optique,la réaction négative de plusieurs journalistes locaux aurait facilement pu constituer un autre exemple d'objet d'analyse.

Selon l'autre approche que notre option de recherche se trouve à rejeter, nous nous serions limités à l'un ou l'autre aspect du phénomène d'une TVC saisie dans sa réalité d'émettrice d'un message ou, plus exactement, d'une stratégie de communication destinée à soutenir le processus d'interaction entre les "utilisateurs" de la TVC et la population. Les artisans, les critères d'organisation des contenus, le mode d'appropriation de la TVC par les individus ou les groupes, la façon d'utiliser les experts, etc. auraient constitué autant de voies de recherche à approfondir., Dans le cas des artisans, par exemple, on aurait mené des entrevues en profondeur à partir d'hypothèses comme celle-ci: la TVC transforme des militants en agents de changement.

La perspective de recherche retenue vise au contraire l'ensemble du phénomène de la TVC pour en situer les coordonnées essentielles, en dégager les articulations idéologiques, organisationnelles, etc. et en évaluer la portée. Le choix de ce type de recherche qui fait finalement une large place à l'analyse critique de l'évolution générale de la TVC réside d'abord dans la nécessité de décanter des expériences aussi innovatrices. Comme le souligne Louis Martin, il ne suffit pas de suivre ces expériences avec enthousiasme, "encore faut-il en prendre la mesure exacte" (1). Car il est évident que l'ensemble des projets en marche, au Québec, nous conduit rapidement à la conclusion d'un article sur le Vidéographe: "On se prend à rêver devant ce projet. Se pourrait-il que la télévision populaire ainsi conçue, ici ou ailleurs, alliant ses forces à celles de la télé dite communautaire, guérisse de sa sclérose croissante une télévision commerciale qui ne sait plus quelle voie prendre pour se renouveler? (2).

D'ailleurs un travail de décantation contribue tout autant à éviter de proclamer trop vite la faillite de la participation qu'à permettre peut-être à certains rêves

(1) Louis MARTIN, "Le journaliste, un modéré malgré lui?", Le Devoir, 8 mars 1972.

(2) Gilles CONSTANTINEAU, "En juillet, enfin, le Vidéographe", Le Devoir, 28 juin 1971.

de devenir réalité. Les commentaires désabusés d'un auditeur de LS-Radio sur le "refroidissement graduel" de l'expérience nous semble illustrer fort bien ce désenchantement: "Rajeunir un appareil qui donne l'impression d'être abominablement vieux, préparer la radio de demain, permettre à la communication d'aller jusqu'au bout de ses moyens, voilà qui nous semblait merveilleux, valable et prometteur. Mais c'était trop beau pour ne pas être un rêve" (1).

Le choix d'une perspective de recherche orientée vers la saisie globale du phénomène tient également au faible degré de développement atteint par certaines expériences de ce genre. Les contraintes nombreuses et les conditions parfois difficiles dans lesquelles se développe la TVC auraient probablement eu pour effet d'enlever beaucoup d'intérêt à une recherche trop exclusivement dirigée sur la communauté elle-même. A un degré moindre, il est évident que le stade actuel de développement de la TVC aurait compliqué la tâche de mettre au point un appareil de mesure susceptible d'approfondir l'une ou l'autre dimension du phénomène lui-même. Les premières phases de développement d'un phénomène comme la TVC comportent énormément d'ambiguïtés, d'ambivalences, voires de paradoxes.

(1) Jacques PARENT, "Adieu, radio de demain?", L'opinion du lecteur, Le Soleil, 1971.

2) Les hypothèses de base de la recherche

La question fondamentale qui intéressait, au départ, les promoteurs de la TVC à l'occasion de l'expérimentation du magnétoscope à des fins communautaires pourrait se formuler ainsi: comment un milieu se sert-il de la TVC pour se développer? Selon une résonance plus opérationnelle, la question se ramenait à peu près à ceci: comment faire de la TVC une place publique où se discutent les enjeux vitaux de la collectivité? On supposait également que la création même de cette place publique serait un facteur de changement au sein de la communauté. Ces interrogations nous fournissaient en même temps les principales hypothèses de recherche qui devaient guider notre travail.

Le décalage entre le début du projet de télévision communautaire et le début de la recherche nous a permis de nous rendre compte de l'importance de l'hypothèse rattachée à la façon dont prenait forme le medium "télévision-communautaire", c'est-à-dire au développement de la nouvelle place publique. La tâche de bâtir cette place publique se révélait beaucoup plus complexe qu'on ne l'avait d'abord estimé. La TVC ne se réduisait nullement à une combinaison de matériaux de base, comme le magnétoscope et le câble. On réalisait qu'il ne suffisait même pas, à la limite, de placer

des dizaines de magnétoscopes dans un milieu pour voir apparaître une place publique électronique.

Cette évolution du projet (évolution qui restait à confirmer au moment où la recherche commençait) réduisait à des dimensions plus modestes le thème de l'impact de la TVC sur la communauté, du moins dans les termes prévus au départ. C'est dans la mesure où le medium "télévision communautaire" pouvait émerger que le second versant de l'hypothèse initiale devenait vérifiable. En d'autres termes, avant d'être en mesure de s'interroger sur le pouvoir de changement de la TVC, il fallait savoir si l'écran devant permettre à la communauté de s'y projeter était effectivement en place.

3) Les objectifs de la recherche

A partir des hypothèses de base suggérées par l'orientation donnée à la TVC, il fallait définir les priorités de recherche susceptibles d'apporter un certain éclairage sur les intuitions qui guidaient l'expérimentation du magnétoscope à des fins communautaires. Nous présentons d'abord les trois niveaux de recherche tels qu'envisagés au départ de la recherche, c'est-à-dire environ trois mois après le début de l'expérience de TVC elle-même (1). Nous indiquerons,

(1) Ce décalage concerne seulement l'effort de recherche systématique. Nous avons pu, dès le début du projet de télévision communautaire, nous tenir au courant du développement de l'expérience.

dans un deuxième temps, ce qui a été réalisé par rapport aux objectifs visés

A) Les objectifs initiaux

- L'organisation de la TVC: à ce palier, on visait à décrire et à analyser les objectifs de la TVC, ses structures, les façons de procéder et les interrelations entre les groupes constituants; il s'agissait d'une véritable reconstitution des étapes et des phases majeures de l'expérience tentée à trois endroits de la régionale Louis-Hémon: Normandin, St-Félicien et Dolbeau-Mistassini; on espérait ainsi pouvoir établir des comparaisons entre les trois principaux centres de la TVC, noter les constantes, les problèmes communs, etc.

- Le processus de création: à ce niveau, on envisageait d'aborder le processus de création qui est au centre du phénomène de la TVC:

  - reconstituer et analyser le cycle complet de production et de diffusion des émissions de la TVC. A titre d'hypothèse de travail, on dégageait trois phases dans ce cycle de création:

    - l'intention initiale de l'émission, la gestation, les décisions sur le contenu et les façons de procéder

    - les contacts avec les participants et les artisans, l'entraînement, le tournage, le montage

- la diffusion et le visionnement, le "feed-back".

- analyser le contenu des émissions déjà produites, ces émissions étant considérées comme le produit le plus tangible du processus de création.

- La population visée par la TVC: sur ce plan, on situait le travail de recherche par rapport à des degrés de participation à la TVC:

  - la population est partiellement comprise dans le cycle de création: on la retrouve parmi les participants au niveau même du cycle de création;

  - la population visée peut comprendre l'ensemble des responsables de mouvements ou d'organisations communautaires;

  - la population concernée déborde en très grande partie les catégories précédentes pour s'étendre au citoyen, à l'auditeur plus ou moins assidu, plus ou moins indifférent à l'égard du phénomène de la TVC.

Il importe de préciser que les trois niveaux de recherche précédents présentaient un intérêt fort variable. La reconstitution de l'expérience revêtait un caractère impératif en raison de la nouveauté et de l'envergure de ces projets de télévision communautaire. Il n'était pas question de se contenter de décrire l'évolution de l'expérience; il fallait expliquer une évolution en discontinuité ou en rupture plus ou moins profonde avec les attentes des initiateurs du projet. D'où la nécessité d'insister sur les objectifs assignés au projet, sur les structures de gestion mis en place, sur le contexte idéologique, sur les problèmes de communication internes à l'embryon d'organisation que constituait la TVC, etc. Une analyse de ce genre a l'avantage de contrecarrer des auto-évaluations trop globales comme celle suggérée par l'un des responsables: selon lui, la première année de la TVC peut être ramenée à une vaste période de sensibilisation au phénomène de la TVC. Cette interprétation globale, valable et fondée dans une perspective à long terme, dispense trop souvent d'un approfondissement des lacunes et des erreurs, d'une évaluation systématique qui contribue au développement de ces expériences.

En revanche, le niveau de recherche relatif à la population concernée par le phénomène de la TVC nous apparaissait comme un "souhaitable" assez lointain, en particulier

dans le cas de l'auditoire des émissions. Ce niveau de recherche était relégué à l'arrière-plan en raison même de la nature de la TVC qui se laisse d'abord définir par un processus de création et non par l'existence d'un auditoire. De toute façon, nous pensions surtout à un sondage orienté vers la connaissance de la réaction globale de la population plutôt qu'à un questionnaire axé sur un ensemble de changements générés par l'écoute ou la participation à la TVC.

Enfin, le niveau de recherche identifié au processus de création nous semblait être la dimension la plus intéressante de la recherche amorcée à l'occasion de l'événement de Normandin. Le fait de suivre un grand nombre de cycles de création devait nous permettre de pénétrer au centre du problème de l'impact de la TVC. Cet aspect de la recherche demeurait évidemment le plus soumis à l'incertitude, compte tenu de sa subordination aux fluctuations de la phase de démarrage de la TVC. Deux types de facteurs pouvaient intervenir: 1) le fonctionnement même adopté par les artisans pouvait se prêter plus ou moins à la démarche de recherche envisagée; par exemple, la phase du montage prenait passablement d'importance dans notre conception du cycle de création, alors qu'en réalité elle pouvait être court-circuitée assez facilement; 2) les problèmes de la mise en marche du

projet de TVC pouvaient être de nature à rendre presque impossible la pratique même du cycle de création.

B) Ce qui a été réalisé:

Concernant le premier niveau de recherche qui touche largement à la dimension organisationnelle de la TVC, la démarche prévue a été réalisée presque intégralement. On fait évidemment exception de la comparaison entre les trois centres de production puisque l'implantation de la TVC à St-Félicien et à Dolbeau s'est faite dans des délais beaucoup plus longs que les responsables de l'action ne l'avaient imaginé. De sorte que dans le cadre de cette recherche il devenait pratiquement impossible de retracer l'évolution des trois expériences de TVC. Dans la mesure où nous avons pu suivre les projets de St-Félicien et de Dolbeau-Mistassini, nous en avons fait état à l'occasion de l'analyse détaillée de la situation à Normandin.

Par ailleurs, nous avons accordé au sondage auprès de la population en général une place plus grande qu'à l'origine. Au lieu de s'en tenir à la réaction globale de la population, le questionnaire se situe davantage au plan de la perception du phénomène et de son impact. Il ne

s'agit cependant pas d'une mesure de changements attribuables à la TVC. Par exemple, les deux ou trois questions portant sur le thème de la démystification de la télévision n'ont pas été conçues pour évaluer l'impact de la TVC sur ce plan. Pour ce faire, il aurait fallu recourir à une série de questions nous permettant de cerner réellement cette dimension.

C'est toutefois <u>la recherche sur le processus de création qui se révèle le plus sous-développée.</u> Le style de production prévalant à Normandin de même que le contenu relativement peu "explosif" des émissions imposaient des limites certaines à un tel projet de recherche. Toutefois vers la fin de la première année d'opération de la TVC certaines émissions ont été réalisées dans une optique propice à cette voie de recherche. Nous en avons d'ailleurs profité pour procéder à une expérimentation partielle d'au moins un cycle en vue de sonder la rentabilité de ce procédé de recherche. Sans couvrir toutes les phases du cycle, nous avons pu visionner l'émission préparée par quelques étudiants (expression de leur insatisfaction du fonctionnement de leur école et du système scolaire), recueillir les vives réactions suscitées par l'émission (entrevues individuelles et de groupe avec les directeurs de l'école, les professeurs, etc.) et assister à la réunion organisée par les étudiants pour préparer une deuxième émission. Cette méthode de recherche

nous est apparue efficace puisqu'un seul cycle nous a permis de nous rendre compte de la force d'impact de la TVC (par exemple, à la suite de la réaction de quelques professeurs, leurs confrères qui n'avaient pas regardé l'émission ont demandé au directeur de l'école d'organiser un visionnement) et de dégager certains types de réactions et de comportements des professeurs et des administrateurs scolaires.

Au-delà du style de l'ensemble de la production de la TVC à Normandin, les raisons fondamentales qui expliquent le peu d'attention réservée à cette forme de recherche ont surtout trait au manque de temps et au mode d'organisation de nos séjours d'observation dans la région. Au lieu de nous y rendre pour des périodes assez longues, nous y sommes allés plus fréquemment, au gré de l'importance des événements. La place réduite prise par ce type de recherche a naturellement eu pour effet de restreindre, au plus strict minimum, l'analyse de contenu des émissions. Ces analyses prenaient précisément leur sens en fonction d'un cadre de référence comme celui fourni par les cycles de création. L'analyse de contenu ne nous intéressait qu'à titre de contribution à l'analyse d'une TVC perçue comme une intervention sociale. Il reste néanmoins qu'une analyse serrée du stock d'émissions produites aurait pu nous servir au niveau de l'analyse du questionnaire.

4) Les techniques de recherche

• Au préalable, on peut rappeler que notre participation à cette recherche impliquait une affectation à temps partiel seulement. Nous avons cependant pu compter sur les services d'un étudiant en sociologie, Paul Deschênes, qui a passé quinze jours à Normandin pour réaliser la plupart des entrevues auprès des artisans de la TVC. A l'été 1971 et en janvier 1972, nous avons aussi employé 18 étudiants du niveau CEGEP pour administrer le questionnaire à Normandin et St-Félicien.

• Nous avons utilisé les quatre techniques de recherche suivantes: l'observation, l'entrevue, l'entretien et le questionnaire.

A) Observation:

• Nous avons assisté à plusieurs réunions et à la réalisation de plusieurs émissions sans compter le visionnement de nombreuses émissions. Il nous est arrivé à quelques reprises de nous rendre dans des familles pour regarder une émission et discuter avec les gens; dans un cas le choix de la famille a été fait au hasard.

- Nombre, durée et dates des séjours d'observation (excluant la période consacrée à l'élaboration du questionnaire):

  - 23-24 septembre 1970
  - 4 novembre 1970
  - 23 janvier 1971
  - 8-9-10-11 mars 1971
  - 22-23 mars 1971
  - 6-7-8 avril 1971
  - 17-18-19-20 avril 1971
  - 7-8-9-10 juin 1971
  - 7-8 juillet 1971
  - 2-3-4 novembre 1971
  - 24-25-26-27 janvier 1972

  N.B. En six ou sept occasions, un seul d'entre nous était présent.

B) Entrevues:

- Les 34 entrevues ont été faites auprès des artisans de la TVC de Normandin. Ce nombre représente environ 40% des artisans dont on a pu retracer le nom sur une liste quelconque. Il est néanmoins probable que le nombre réel d'artisans dépasse la compilation que nous avons pu faire;

- Il s'agit d'entrevues semi-directives qui visaient principalement à recueillir certaines données objectives sur les artisans: âge, occupation, raison d'abandon, etc. Elles ont également permis de connaître l'opinion des artisans sur certaines questions: les objectifs de la TVC, son utilité, ses difficultés, son avenir, etc. Dans certains cas, ces entrevues ont permis de dégager un peu plus en profondeur l'arrière-plan de leur conception de la TVC et leur perception du rôle qu'ils y ont joué. Ces entrevues n'ont cependant pas cherché à vérifier des hypothèses précises sur les artisans;

- En outre, il faudrait ajouter une entrevue de groupe avec une dizaine d'artisans de Normandin, de St-Félicien et de Dolbeau. Nous avons participé au choix des participants à cette réunion tenue à la demande de deux chercheurs de l'Université Laval. L'entrevue a d'ailleurs été animée par ces derniers. Même si l'entrevue a été réalisée à partir du schéma spécifique à l'étude faite sur la télévision, à l'Université Laval, nous avons pu recueillir plusieurs commentaires pertinents à notre travail de recherche;

- La grande majorité des entrevues ont été faites en juillet 1971, c'est-à-dire après les premiers mois d'activités de la TVC; les autres ont eu lieu en novembre 1971. Sauf dans le cas de quelques-unes, les entrevues n'ont pas été enregistrées; elles ont plutôt fait l'objet d'un résumé de deux ou trois pages.

C) Entretiens:

- Nous désignons ici les nombreuses conversations que nous avons eues avec les artisans, les participants et surtout avec les animateurs, individuellement ou en groupe, à l'occasion de la réalisation d'une émission ou d'une autre circonstance. C'est en raison de ces entretiens que nous n'avons pas jugé opportun de faire des entrevues avec les principaux animateurs de TVC.

D) Questionnaire:

- Cet instrument de recherche a été élaboré conjointement avec Jean-Pierre Lamonde et Claude Bond au cours des mois de juin et juillet 1971. Il convient d'insister sur le fait que la participation de ces deux responsables de la TVC ne s'est pas limitée à commenter des versions préliminaires du questionnaire; ils ont participé activement à toutes les étapes de la fabrication d'un questionnaire;

- Nous avons procédé à un pré-test auprès de 12 personnes choisies au hasard dans la population visée par le questionnaire;

- Le questionnaire a été administré à Normandin et à St-Félicien; certaines questions ont toutefois été retranchées dans la version utilisée à St-Félicien; une seule question a par ailleurs été ajoutée. Les deux versions ont été administrées à un intervalle de 5 mois pour obtenir un degré "d'exposition" à la TVC à peu près équivalent dans les deux endroits. Sans pouvoir établir de statistiques très précises (en raison du fait que le rythme de diffusion à St-Félicien a parfois dépassé la cadence habituelle), il est certain que les deux populations concernées ont répondu au questionnaire dans des conditions assez semblables. C'est à partir de ce critère que nous avons refusé d'administrer le questionnaire à Dolbeau;

- L'échantillon comprenait 241 cas à Normandin et 250 à St-Félicien; les noms ont été tirés au hasard à partir des listes d'abonnés au câble. Il est à remarquer qu'il ne s'agit pas de l'ensemble de la population mais seulement de la population "câblée"; la différence n'est pas forte à St-Félicien où plus de 90% des familles sont

abonnées au câble; à Normandin cependant, seulement 40% environ des familles des municipalités concernées (Normandin, St-Thomas, Girardville) reçoivent le câble. L'échantillon retenu représente environ le 1/3 des familles câblées atteintes par l'expérience de TVC, à Normandin, comparativement à 20% dans le cas de St-Félicien.

- Avant d'administrer le questionnaire, une lettre fut adressée à chaque famille faisant partie de l'échantillon pour expliquer le but du sondage et le sens de la démarche à laquelle on lui demandait de collaborer. Il est très important de mentionner que la lettre était signée par les responsables de la rechercher et non par un promoteur de la TVC. Comme les responsables de la recherche n'ont jamais été identifiés à l'expérience, cette précaution visait à mettre en évidence l'entière liberté des répondants de se prononcer franchement sur le projet de télévision communautaire. D'ailleurs, le contenu de la lettre faisait ressortir explicitement la possibilité de critiquer les actions posées par la TVC. Cette distinction entre la recherche et l'action correspond strictement à la réalité: <u>l'organisation de la recherche ne dépendait en aucune façon des responsables de la TVC.</u>

- L'administration du questionnaire a été confiée à des étudiants du niveau collégial. Après avoir reçu les directives nécessaires pour accomplir le travail, une équipe de cinq ou six étudiants s'est chargée de distribuer un exemplaire du questionnaire dans chacun des foyers concernés de Normandin, St-Thomas et Girardville. Les étudiants devaient ensuite recueillir les questionnaires au moment indiqué par les personnes qui avaient accepté d'y répondre. Les quelques individus qui ont exigé plus de deux ou trois jours pour exprimer leur opinion sur la TVC ont toutefois été éliminés de l'échantillon. Au total, l'opération a pris cinq jours. Pour éviter de prendre autant de temps à St-Félicien, en janvier 1972, nous avons embauché un plus grand nombre d'étudiants; de plus, nous avons demandé aux répondants de remplir le questionnaire dans un délai délimité;

- Il importe d'indiquer que les étudiants étaient rémunérés: à Normandin, chaque étudiant a reçu en moyenne $70. comparativement à $40. à St-Félicien, compte tenu de la somme de travail accompli.

N.B. Quelques autres précisions sur le questionnaire seront apportées au moment de l'analyse des résultats.

5) L'utilisation de la recherche

A) Un instrument d'auto-évaluation:

L'une des intentions de la recherche se situe dans une perspective de "feedback" et d'évaluation susceptible d'assurer la poursuite de l'expérience sur une base encore plus solide. La recherche a peut-être procuré aux artisans et aux animateurs de la TVC, surtout à Normandin, l'occasion de prendre un recul par rapport au vécu et d'analyser l'évolution des premiers mois d'une expérience se déroulant dans un secteur complètement nouveau. On peut souligner ici qu'une grande partie des données et des observations consignées dans ce rapport ont été connues des responsables de la TVC de Normandin immédiatement après l'interruption des activités pour la durée des vacances estivales, soit en juin et août 1971.

Les matériaux de recherche n'ont toutefois pas pu servir à des auto-évaluations à court terme. A l'origine, nous avions envisagé une telle contribution à court terme. La proposition formulée en ce sens n'a pas été retenue par les deux principaux responsables de la TVC. L'offre consistait à alimenter périodiquement l'auto-évaluation amorcée par les diverses équipes de travail à partir de matériaux rassemblés: réactions de la population, analyse des

émissions, réunions des artisans, etc. Nous suggérions également de recourir nous-mêmes à l'audio-visuel pour remplir cette fonction de feedback. En procédant ainsi, nous espérions pouvoir préparer un document magnétoscopique devant accompagner le présent rapport. L'utilisation de l'audio-visuel à de telles fins ne rencontra pas du tout les vues des responsables de la TVC. Et comme nous n'avions pas dissocié notre volonté de servir de canal de feedback et la méthode à employer, notre proposition fut évidemment rejetée en bloc. Après le premier refus, nous avons abandonné la partie concernant l'essentiel de notre offre. Après coup, on peut évidemment s'interroger sur le degré de réalisme de notre proposition globale, surtout si on considère que l'évolution difficile de l'expérience de TVC avait créé un contexte peu propice à l'auto-évaluation. Nonobstant ces facteurs, il faudrait voir si la poursuite d'une recherche à moyen et à long terme était compatible avec la tâche d'alimenter le processus de l'action.

Par ailleurs nous n'avons pas songé à explorer d'autres modalités d'un processus de recherche-action, comme par exemple la possibilité d'aider les artisans à cueillir eux-mêmes un feedback systématique. Nous avions exclu évidemment toute insertion encore plus directe, telle une participation à la préparation des émissions à titre de recherchistes.

Enfin, l'utilisation de cette recherche à des fins d'auto-évaluation peut jusqu'à un certain point s'étendre aux groupes impliqués dans des expériences analogues. La communication la plus complète et la plus cohérente possible d'un point de vue sur les résultats obtenus par la TVC au Lac St-Jean peut probablement servir de matériau d'appoint à de nouveaux projets. Le projet mené au Lac St-Jean est une expérience unique, bien sûr, mais c'est aussi une entreprise qui répond aux besoins et aux aspirations de l'ensemble du milieu québécois.

B) Une source d'informations:

La recherche sur l'expérience de télévision communautaire au Lac St-Jean peut éventuellement apporter des éléments d'information préalables à l'élaboration de politiques d'action en matière de câblovision. Au-delà des préoccupations concernant la question de l'intégration du câble à l'industrie canadienne de la radiodiffusion et des problèmes qu'elle comporte (fragmentation des auditoires des postes de télévision, réclame commerciale pour la télévision par câble, etc.), on se réfère ici à la place de l'industrie du câble dans l'élaboration d'une véritable politique des communications: "Bien plus que l'amélioration de la qualité

du signal dont on fait souvent état quand on parle du câble, c'est l'individualisation des sources de communication à distance qui forme la qualité maîtresse de la télédiffusion. La multiplicité dans le choix, la flexibilité dans l'usage, la possibilité d'établir des réseaux bipolaires, tous les modes de rétroaction, bref, le pouvoir d'animer le récepteur permet au câble de créer un mode nouveau de communication qui n'a aucune mesure avec le système de radiodiffusion traditionnel" (1).

L'éducation occupe vraisemblablement une place de choix parmi les nombreuses utilisations possibles de l'industrie du câble. C'est précisément en fonction de la mise en place du programme Multi-Media que le Ministère de l'Education a accepté de consacrer les ressources nécessaires à la réalisation de la présente recherche. Il ne s'agissait pas surtout de sonder les possibilités du câble pour la diffusion du programme éducatif, mais plutôt d'explorer les modalités des interrelations possibles entre Multi-Media et les productions locales utilisant le magnétoscope. On sait, par exemple, que l'un des quatre types de productions-diffusions définis jusqu'ici par Multi-Media concerne celles réalisées par les usagers eux-mêmes.

(1) Jean-Paul L'ALLIER, "La politique du Québec en matière de câble communautaire", Le Devoir, 10 avril 1971.

Mais l'intérêt du Ministère de l'Education envers l'expérience de Normandin dépasse largement le cadre de Multi-Media pour englober l'utilisation du magnétoscope par l'école et le système scolaire. Il était en effet évident que l'usage du magnétoscope à des fins communautaires (TVC) ne constituait que la première manifestation d'un mouvement beaucoup plus vaste et polyvalent. Effectivement, environ un an après l'expérience de Normandin, un premier effet d'entraînement se traduisait par la mise en oeuvre (par la Régionale Louis-Hémon) d'un projet d'utilisation du magnétoscope dans quelques écoles de la Régionale (1). En prévision de la première étape d'expérimentation du projet, environ 25 projets éducatifs ont été soumis à l'équipe chargée de la coordination des activités au niveau de la Régionale scolaire. Chacun des projets a été élaboré par un groupe d'étudiants, avec l'aide d'un professeur ou d'une autre personne-ressource. A titre d'illustration du type de projets présentés, mentionnons celui qui consiste à informer la communauté sur l'univers scolaire ou encore ce projet qui veut employer le magnétoscope comme moyen d'auto-évaluation des activités reliées au programme-cadre de français: "Prise de conscience d'un comportement d'étudiants face à une matière, face à un

(1) Le projet a été élaboré avec la collaboration du Service général des moyens d'enseignement (S.G.M.E.) du Ministère de l'Education. Le projet n'est toutefois pas encore officiel.

travail d'équipe, face au groupe-classe, en vue d'une amélioration de la communication verbale et de l'expression de toute la personnalité...".

On imagine facilement l'impact d'une utilisation du magnétoscope comme moyen d'ouvrir l'école à la vie du milieu et comme outil de communication à l'intérieur de l'école. Il s'agit en quelque sorte d'un modèle d'utilisation de la télévision qui se combine au modèle de la télévision-information axée sur les connaissances scolaires.

6) Le plan du rapport

Les deux premières sections du rapport présentent une vue d'ensemble de la TVC à travers l'événement survenu à Normandin, en septembre 1970, et résument le contexte, les intentions et les objectifs de la recherche entreprise pour rendre compte du phénomène. On se situe alors à un palier d'analyse essentiellement descriptif.

Le niveau suivant d'analyse représente un effort de clarification pour situer le plus précisément possible

(à partir de l'état actuel des connaissances sur la TVC) deux dimensions qui semblent s'imposer d'emblée dans la définition du phénomène: l'utopie et l'intervention sociale. Peu importent les conditions d'expérimentation de la TVC, la poursuite d'un tel projet comporte en soi une résonnance fortement utopique. Le terme utopie ne renvoie évidemment pas ici à une situation imaginaire, irréalisable, mais à un projet idéologique en profonde discontinuité avec la situation actuelle qui prévaut dans les media de masse. D'une façon analogue, le seul fait d'introduire une infrastructure technologique comme la TVC dans un milieu donné constitue une intervention sociale dont les orientations peuvent être multiples.

L'explicitation de ces deux caractéristiques du phénomène apparaît comme une démarche nécessaire pour situer les expériences de TVC au Lac St-Jean et en dégager une évaluation. L'utopie et l'intervention sociale deviennent deux propriétés du phénomène qui servent de points de repère privilégiés ou, si l'on veut, de cadre de référence à l'analyse. Concrètement, nous cherchons à articuler les coordonnées de base de ces deux aspects de la TVC tout en situant la position spécifique du projet de Normandin.

Le troisième niveau d'analyse est essentiellement d'ordre explicatif de l'évolution concrète des projets de TVC au Lac St-Jean, en particulier à Normandin. L'angle d'observation consiste ici à considérer la TVC comme une organisation et comme un processus de communication. Comme organisation, la TVC a des objectifs d'action, une stratégie, une structure de gestion, etc. L'insertion d'une organisation dans un environnement l'oblige également à définir ses visées idéologiques ou du moins à délimiter son contexte idéologique.

Enfin, le dernier niveau d'analyse relève principalement d'une information donnée sur les artisans, sur le contenu des émissions et sur la perception globale que les populations concernées ont du phénomène de la TVC. Les données et les observations contenues dans ces sections du rapport comportent une dimension explicative peu développée. Les trois sections permettent d'abord d'obtenir la configuration de trois composantes du phénomène.

La conclusion est principalement axée sur la signification de la télévision communautaire en tant que nouveau modèle communautaire de développement socio-culturel. Nous nous demandons en quoi l'expérience de Normandin et de St-Félicien représente, malgré le succès relatif du projet sur ce plan, un nouveau modèle culturel cohérent avec l'évolution du milieu depuis quelques années.

-III-

La télévision communautaire, UNE UTOPIE CONCRETE

> Mais quelque chose est arrivée à la pensée utopique traditionnelle. Depuis deux cents ans, elle est sur son déclin et désormais notre société a presque complètement perdu la force de l'engendrer. Nos images de l'avenir tendent à être dessinées comme les prolongements du présent. Notre imagination sociale s'est atrophiée. Contrairement aux générations antérieures, dont les visions sociales dépassaient leurs moyens de les accomplir, nous souffrons d'un excès de moyens et d'une pénurie de visions (1).

Cette relation inversement proportionnelle des moyens et des visions explique précisément le retard de l'expérimentation de la télévision communautaire malgré les possibilités techniques (le magnétoscope et le câble) existantes depuis quelques années déjà et en dépit des carences majeures du système des moyens de diffusion de masse. Et comme l'illustre l'empirisme ou le pragmatisme qui a marqué l'avènement et l'évolution de la TVC à Normandin et à St-Félicien, l'expérience est loin d'être insérée dans un contexte utopique <u>articulé</u>.

Le retard dans le développement d'une pensée ou d'une organisation utopique ayant pour objet le rôle des moyens de communication dans le système socio-économique est certes étonnant, indépendamment de l'opinion que l'on peut avoir de l'influence exacte d'un changement technologique des

(1) Harvey COX, <u>La fête des fous</u>, Editions du Seuil, Paris, 1971, p. 103.

moyens de communication sur les transformations sociales. La situation suscite d'autant plus d'étonnement lorsque nous faisons référence à la télévision communautaire qui représente, au moins potentiellement, un nouveau medium (et non une nouvelle forme de télévision) dont la répercussion sur l'ensemble de l'organisation sociale d'une communauté locale peut s'avérer déterminante. Nous aurons l'occasion plus loin d'expliciter davantage cette distinction sur la nature du phénomène de la TVC.

Nonobstant le fait que la télévision communautaire à Normandin et à St-Félicien ne s'inscrit pas dans un cadre utopique global et cohérent, qu'elle ne constitue pas une entreprise utopique autonome, l'expérience relève certes, en soi, d'un état d'esprit utopique au niveau des moyens de diffusion de masse actuels: "Un état d'esprit est utopique, quand il est en désaccord avec l'état de réalité dans lequel il se produit... Ces orientations, qui dépassent la réalité, ne seront désignées par nous comme utopiques que lorsque, passant à l'action, elles tendent à ébranler, partiellement ou totalement, l'ordre de choses qui règne à ce moment" (1). C'est donc à ce dernier niveau qu'il nous faut clarifier quelque peu les matériaux utopiques

(1) Karl MANNHEIM, Idéologie et utopie, Librairie Marcel Rivière et Cie, Paris 1956, p. 124.

sous-jacents à l'expérimentation de la TVC au Lac St-Jean.

Nous voulons ici 1) d'abord faire état des deux éléments facilement discernables dans le climat utopique qui a accompagné la mise en marche de l'expérience de Normandin, 2) dégager de ces deux axes utopiques quelques implications peu explicitées dans les documents de définition du projet, mais probablement présentes, sous une forme ou une autre, dans l'esprit de quelques animateurs, et 3) faire ressortir le caractère concret de l'utopie que représente la télévision communautaire.

1) Deux éléments utopiques de base

L'utopie de la TVC expérimentée à Normandin se situe à deux paliers ou, plus exactement, se déploie sur deux étages. La teneur utopique du projet concerne d'abord la transformation des media de masse en moyens de communication. Deuxièmement, l'utopie est relative aux possibilités de changement inhérentes à cet outil de communication que peut devenir la télévision communautaire.

A) La transformation des media de masse en outil de communication

> ... La télévision traditionnelle nous a habitués à être des consommateurs d'information. Il faut que la télévision communautaire amène les citoyens, de quelque façon que ce soit, à réfléchir et à s'engager... (1).
>
> ... La télévision (communautaire) devient aussi prétexte à communication: elle permet aux jeunes et aux adultes, aux enfants et aux parents de se parler et d'aller jusqu'au bout de ce qu'ils ont à se dire. Elle permet de donner la parole à ceux qui ne l'ont pas dans les structures traditionnelles de la société... (2).

Derrière ces propos, on peut aisément reconnaître une double réaction ou protestation contre la passivité, l'inertie qu'engendrent les mass media actuels et contre leur inaccessibilité. La première critique fait d'abord écho au phénomène souvent évoqué d'une télévision qui propose au citoyen une lecture partielle, déformée de la réalité. On estime que le citoyen "n'est plus libre de réagir devant la vie, d'interpréter pour son propre compte les crises politiques et sociales qui ponctuent son existence parce qu'on l'assomme quotidiennement de fragments de la réalité

(1) Jean-Pierre LAMONDE et Maurice VILLENEUVE, Projet de télévision communautaire, texte à l'intention de la rencontre du 3 novembre 1970, p. 3.

(2) Jean-Pierre LAMONDE, Le point sur les projets de télévision communautaire au Lac St-Jean, 20 octobre 1970, p. 7.

qui, finalement, le rendent indifférent devant ce qui se passe autour de lui" (1). Plus concrètement, ce serait le cas du reportage sur les atrocités du Vietnam qui laisse les Américains dans leur état premier, incapables de fournir l'effort supplémentaire de réflexion: "... La guerre du Vietnam est devenue une émission de télévision qui revient périodiquement, ce n'est pas plus réel qu'une annonce d'automobile ou de dentifrice..." (2). J. Ellul démonte bien le mécanisme de ce type d'information: "Dans cet univers "réel-fictif" où il est enclos, l'homme connaît au travers des images qui lui sont transmises: il reçoit moins des informations proprement dites que des clés informatives et des mythes construits. Ce ne sont pas en effet des transcriptions adéquates du réel qui lui arrivent, mais des images construites par d'autres en fonction de leur insertion dans la globalité de cet univers" (3).

Au-delà de la difficulté de percevoir intégralement les réalités qu'on présente à la télévision ou ailleurs, l'inertie auquelle est réduit le citoyen tiendrait dans l'inadaptation des contenus à l'environnement immédiat de l'homme: "Cette information me met en relation avec les

(1) Propos de Edmund Alleyn, recueillis par Jean Giroux, Le Soleil, 4 décembre 1971.

(2) Edmund Alleyn, op. cit.

(3) J. Ellul, "L'information aliénante", Economie et Humanisme, avril 1970, p. 46.

hommes, tous, à un niveau abstrait, schématique, elle me dit tout sur ceux que j'ignore totalement et ne rencontrerai jamais. Mais elle ne me dit rien sur ceux qui constituent mon environnement, et comme elle envahit tout le champ de ma conscience et de ma réflexion, comme elle accapare toute mon attention et mes soins, elle m'interdit la relation vraie avec ceux que je rencontre effectivement. Elle brise la relation parce qu'elle l'établit à un autre niveau, dans une autre dimension, mais à ce niveau là, elle établit une relation fictive qui ne débouche sur rien" (1).

Cette information de masse explique peut-être le fait que les drogues soient un sujet très en demande parmi les thèmes suggérés pour la TVC, bien que ce sujet ait été abondamment traité par les mass media.

Le deuxième axe de la critique des mass media sous-jacente à la mise en branle d'une expérience de télévision communautaire concerne l'inaccessibilité des réseaux actuels. Globalement, cette critique réfère à l'asservissement des réseaux de télévision, par exemple, aux intérêts capitalistes (2): "De toute manière les possibilités

(1) J. Ellul, op. cit., pp. 49-50.

(2) N'est-il pas significatif, par exemple, que la dénomination d'une station de télévision (CJPM) soit formée des premières lettres de trois membres d'une famille de financiers (Craig, John, Paul Murdoch)? On pourrait également multiplier les exemples dans le domaine socio-politique. On sait que c'est à la demande expresse du président Nixon que les réseaux de télévision ont inséré des messages sur la drogue dans des séries filmées.

révolutionnaires de ce medium ont été mises, avec très peu de réserves, aux services de préoccupations mercantiles... Globalement, la structure du pouvoir capitaliste s'est assuré le contrôle de ce medium ainsi que les profits en résultant comme elle l'avait déjà fait pour les autres media. Une fois de plus, le changement technologique a eu pour résultat direct d'augmenter les activités et d'accroître les bénéfices de l'économie capitaliste" (1).

Les obstacles et les barrières qui séparent la télévision actuelle de l'instrument de communication qu'elle pourrait être prennent également la forme de la censure directe ou indirecte (i.e. le refus de diffuser certaines productions, ou la réduction de l'information accordée à un sujet), du biais idéologique (les messages d'intérêt public des Chambres de Commerce en sont une pâle illustration) et de la récupération des sujets à la mode comme la contestation, la violence, etc. La récupération s'étend même à un langage de participation ("Bonjour le monde" de l'émission "Ce soir, Jean-Pierre..."). Tout en faisant l'économie la plus totale du processus de participation qui aboutit à un tel langage, cette émission utilise des formules et adopte un ton qui cherchent à créer l'illusion d'une situation de participation où un contact réel s'établit entre l'émetteur et le récepteur.

(1) Jean MEYNAUD, "La télévision américaine et l'information sur la politique", Le Devoir, 22 janvier 1972.

En d'autres termes, le mode d'appropriation et le fonctionnement des media de masse superposent souvent leurs effets pour créer une situation semblable à celle-ci: "Let's start by assuming that your group has something to say to the community... If you have then you realize how very difficult it is to get enough coverage. Because unfortunately the amount you get always seems to depend upon how dramatically or sensationally you can express yourself. And when finally your message does get through, it's usually been filtered or modified by sources that you have no control over... (1).

Nous venons d'illustrer la signification de la portée utopique de la TVC. Il n'était évidemment pas question de déborder directement sur le problème de la nature et de l'influence des mass media. Dans cette perspective il nous aurait fallu, par exemple, aborder plus longuement le texte de Ellul, tout en y apportant certaines nuances critiques, en particulier au niveau de la comparaison entre l'information de masse et l'information de la société traditionnelle. Sur ce point, il nous aurait fallu confronter, examiner la proposition de Ellul (sur le retranchement du monde provoqué par l'information de masse) avec certains

(1) Rogers CABLE, "Introducing the 20th Century Community Centre", Radical Software, No 4, 1971.

énoncés de McLuhan: "Les nouveaux media ne sont pas des moyens de nous relier à l'ancien "monde réel". Ils sont le monde réel même et restructurent à volonté les restes de l'ancien monde" (1).

B) Les possibilités de changement de la TVC

Le deuxième pivot de l'utopie véhiculée par les expériences de la TVC au Lac St-Jean touche à la capacité de changement d'un medium devenu un outil de communication. L'hypothèse de base était formulée ainsi: "Le fait pour une localité de pouvoir se projeter sur l'écran, avec ses valeurs et ses contradictions, est en soi porteur de changement" (2). On fait ici écho à la théorie du miroir qui peut être ainsi résumée: "Tout se passe comme si les hommes avaient besoin d'un miroir qui reflète les situations dans lesquelles ils sont plongés. Sans celui-ci, ils n'arrivent pas à se reconnaître eux-mêmes et entre eux" (3). La TVC serait une technique sociale permettant à une communauté d'exprimer sa condition socio-culturelle et de prendre ainsi, par rapport à elle-même, une distance critique qui peut favoriser son développement.

(1) Marshall MCLUHAN, Counterblast, Hurtubise HMH, 1972, p. 52.

(2) Jean-Pierre LAMONDE, op. cit., pp. 6-7.

(3) Jacques GRAND'MAISON, Stratégies sociales et nouvelles idéologies, Hurtubise HMH, 1970, p. 113.

L'hypothèse d'un changement communautaire inhérent à la TVC constitue le prolongement ou l'application à la collectivité de la puissance du magnétoscope utilisé en situation de groupe: "La perspective que nous donne notre propre image (captée alors que nous sommes engagés dans la vie) est parfois fort troublante. Elle révèle des perceptions auxquelles nous sommes généralement aveugles. Elle nous oblige à prendre la mesure de nous-mêmes..." (1). La force de l'impact est telle qu'un premier visionnement de son image peut être, selon l'expression de Blumer, une expérience déchirante ("a shattering experience"). Une fois surmontés les premiers effets du magnétoscope, les possibilités d'influence peuvent s'avérer multiples, comme le souligne Blumer (2):

> What video does to groups?
>
> 1) It solidifies the group. The very act of taping the group puts its members under a common stress and makes for an immediate communal experience...
>
> 2) It makes people in the group more aware of each other. We all exist to some extent in self-image bubbles. These are dented when you see other people reacting to what you are saying and doing... In people's reactions to themselves on the screen, you become aware of their own self-image and to what extent it corresponds to the reality of the situation.

(1) Fernand DANSEREAU, "Magnétoscope: premières expériences", Medium Media, Numéro 1, automne 1971, p. 5.

(2) Ron BLUMER, "Video Interaction", Radical Software, No 4, 1971.

3) Video tends to emphasize the emotional as opposed to the semantics aspects of inter-personal relations... Face and body language are isolated on the TV screen and become more readily visible... Thus the video distortion takes place in the direction of what people are feeling rather than what they are saying, or, it may be argued, what they are really saying as opposed to the words they are mouthing.

4) Thus video acts as a probe below the surface of a situation. There is a tremendous pressure to be sincere sometimes beyond the bounds of social niceties. Because you are forced to deal with your own behaviour on the screen, it is more difficult to put on an act...

5) Situations almost always become very tense very quickly. The positive feedback which video offers seems to have the same effect on a group as that which you get pointing a microphone at a loud speaker.

C'est à partir de semblables propriétés du magnétoscope que les promoteurs de la TVC escomptaient un impact majeur à l'échelle d'une communauté. Dans le contexte d'expérimentation de la TVC au Lac St-Jean, la communauté peut être définie comme "une entité qui permet de regrouper des ressources humaines et matérielles, mais qui garde des dimensions telles que chacun puisse s'y identifier aisément" (1). Il n'était évidemment pas question pour les responsables de la TVC de croire, dans le cas d'une communauté, en l'instantanéité de l'impact produit par le magnétoscope en situation de groupe, malgré l'optimisme qui régnait au début du

(1) Louis MARTIN, "Pour relever le défi du changement, une arme nouvelle... la télévision communautaire", Le Devoir, 6 janvier 1971.

projet. On ignorait par ailleurs presque totalement les phases qui précéderaient la phase "miroir" ou lui succéderaient.

2) Le contenu de l'utopie de la TVC

Les deux axes utopiques que l'on vient de distinguer représentent en quelque sorte la structure de la TVC perçue sous l'angle de l'utopie. Au-delà de cette structure reliée au medium "télévision communautaire", il nous reste à considérer le contenu de cette utopie. Les facettes de ce contenu sont, à la limite, aussi nombreuses qu'il y a d'animateurs et d'artisans profondément engagés dans le processus de la TVC. Nous nous en tiendrons à un aperçu de trois d'entre elles: la prise de la parole, le contrôle du changement social et la création d'un nouveau tissu humain.

A) La prise de la parole

L'intérêt porté par l'Office de la Radio et de la Télévision française (O.R.T.F.) à l'aventure vécue par une commis de banque et un technicien d'appareils électriques qui chaque semaine préparaient et faisaient la lecture du bulletin de nouvelles, à la TVC, révèle de façon spectaculaire l'importance d'une entreprise comme la TVC au niveau

de la prise de la parole. Cet exemple ne vient qu'illustrer le fait que la TVC se présente comme l'aboutissement logique d'un mouvement de rupture d'un long silence, mouvement de "la remontée du silence à la parole" (selon l'expression de Fernand Dumont) qui passe par la chanson, le cinéma, la poésie, etc. La TVC apparaît comme l'inscription dans une forme institutionnelle nouvelle du mouvement que traduisent avec particulièrement de force des monologues comme ceux de Deschamps et de Jacqueline Barrette. Le message de grande solitude livré par J. Barrette (1) exprime une situation culturelle québécoise où "de larges trous de silences et d'hésitations laissent voir une vie plus profonde, mais incapable de se dire" (F. Dumont). Cette prise de la parole marque évidemment la fin d'un privilège réservé, selon l'expression de Pierre Perrault, "à ces gens d'écriture qui se mêlent de régenter la parole", ou encore aux politiciens, à une élite locale, à une technocratie qui fonde son pouvoir sur la connaissance scientifique et le monopole de l'information pertinente. Comme le formulent des responsables du "BLOC", "la majorité n'est pas silencieuse, elle est en 'standby'! pressons les boutons de mise en onde" (2).

(1) Renault GARIEPY, Perspectives, 29 janvier 1972.

(2) Jean OUELLET et Stéphane CLOUTIER, Création d'un réseau populaire de communication, Annexe A, 13 juillet 1971, p. 2.

Cette prise de la parole culturelle permise par la TVC peut aussi se transformer en <u>acte social</u>. Il s'agit pour le citoyen "ordinaire" de réagir contre une situation où, selon l'expression d'un syndicaliste québécois, on le laisse consommer avec fracas et produire en silence. Il s'agit pour le citoyen "défavorisé" de résister à cette misère contre laquelle il ne semble pas y avoir d'autre solution qu'une démission de plus en plus profonde. Concrètement, ce processus de transformation de la parole en acte social se confond avec une démarche orientée vers une perception de plus en plus critique des réalités vécues et perçues. Une telle démarche aboutit par le fait même à une transformation progressive du milieu humain et social. A ce niveau utopique, la TVC ne représente peut-être que l'antithèse de la taverne québécoise, en ce sens que la parole, au lieu de se perdre au fond d'un verre, deviendrait graduellement un acte social conséquent.

B) <u>Le contrôle du changement social</u>

Lié moins étroitement à la "base", à la démarche individuelle de citoyens qui cherchent à rompre le mur du silence qui entoure la majorité de la population, le rêve utopique associé ici à la TVC s'attache essentiellement à la

possibilité de surmonter tous les déterminismes qui conditionnent le devenir d'une communauté pour maîtriser l'évolution. La TVC devient un instrument qui permet à une communauté donnée de dépasser le carcan des traditions comme celui de la technologie. La TVC s'identifie alors à un processus de prise de distance de la communauté par rapport à toute forme de déterminisme et au système socio-politique global, de façon que la communauté puisse se situer, se définir et se transformer selon ses dynamismes propres et ses visées particulières.

Plus concrètement, la TVC apparaît comme le lieu de discussion et éventuellement de concertation des leaders de la communauté. C'est aussi l'occasion pour la majorité des citoyens de participer aux débats qui préparent les décisions concernant le développement du milieu. C'est la possibilité de manifester simplement leur désaccord ou leur appui aux dispositifs de modernisation, d'aménagement et de développement préparés "en haut lieu". La TVC est le cadre de discussion qui permet au citoyen de dire, s'il le veut, que les changements apportés par la réforme scolaire ou par la restructuration des services sociaux ne sont pas automatiquement synonymes de progrès. La TVC est peut-être un projet collectif qui s'articule à partir des griefs profonds et des aspirations canalisées jusqu'ici par le mouvement social

que constitue l'élection d'un député créditiste: "Nous demeurons persuadé de l'importance et de l'urgence d'efforts concertés au plan de la praxis sociale, si nous voulons sortir de tant de fausses politisations, de définitions abstraites des situations, de grandes représentations symboliques sans impact sur des stratégies de changement" (1).

C'est probablement à ce niveau d'une praxis à inventer face au défi du changement social que l'objectif de faire de la TVC la nouvelle place publique prend son sens véritable. La TVC permettrait aux anciens et nouveaux "définiteurs" de situations de se confronter entre eux et avec la population sur les problèmes vitaux, les enjeux collectifs de la communauté. Les projets collectifs amorcés par de tels débats peuvent seuls permettre à la majorité "en stand by" de peser sur les décisions qui affectent leur vie.

C) La création d'un nouveau tissu humain

Cette troisième représentation possible d'un contenu utopique véhiculé par le phénomène de la TVC s'enracine davantage dans une contestation globale des valeurs mêmes de la société actuelle. C'est le rêve d'une tendance qui s'inscrit

(1) Jacques GRAND'MAISON, op. cit., p. 103.

dans "l'idéologie du parallèle", c'est-à-dire du "refus de changer la société par le jeu des institutions politiques" (1); c'est "la création d'un monde différent qui trouve sa raison d'être en soi-même, et non dans son opposition à la majorité" (2). Le mouvement parallèle préconise le changement de la vie elle-même, l'élimination de toute forme d'oppression des rapports entre individus: "Si les gens s'unissent, ils peuvent créer des solutions de rechange pratiques à cette société compétitive et mercantile, fondée sur l'atomisation du peuple et dans laquelle chacun cherche à s'enrichir aux dépens des autres" (3). Cette révolution culturelle, c'est le troisième courant distingué par Edgar Morin (les deux autres courants étant la clochardisation et la révolte politique): "Le troisième courant va peut-être constituer un tissu social original en colonisant le secteur néo-artisanal, néo-archaïque de l'économie, tenter des expériences communales-coopératives, étendre un réseau de solidarités, en modifier en profondeur le style de vie et de relations humaines" (4).

Dans cette perspective, la télévision communautaire se confond avec un centre de ralliement, un projet

(1) Pierre TURGEON, "La révolution culturelle, nous la faisons", Perspectives-Dimanche, 14 mars 1971.

(2) Idem.

(3) Michel BOSQUET, "La subversion par le bonheur", Le Nouvel Observateur, 21 au 27 décembre 1970.

(4) Edgar MORIN, "Un sociologue chez les hippies", Le Nouvel Observateur. 14 au 20 septembre 1970.

collectif, une praxis communautaire qui cherche à créer une nouvelle forme d'organisation sociale, à recréer le tissu humain de la communauté. La télévision communautaire devient un mouvement de promotion de valeurs comme le sens de la fête, la solidarité, la spontanéité des relations humaines, etc. Dans ce contexte, l'appellation même de "télévision communautaire" représente d'abord un symbole social qui comporte en soi une fonction motrice. La télévision communautaire devient un peu, par rapport au mouvement d'ensemble auquel elle se rattache, ce que le centre commercial symbolise dans la société de consommation.

3) La télévision communautaire, une utopie concrète

Comme nous aurons amplement l'occasion de le vérifier à travers les données et les observations du présent rapport, la télévision communautaire est d'abord une utopie concrète dans les conséquences énormes qu'elle pourrait avoir sur l'ensemble de l'organisation sociale du secteur Normandin, du comté ou d'ailleurs. Nous voudrions ici faire ressortir une autre facette de son caractère concret: son insertion dans un flot d'expériences de communication axées sur le problème du changement social et du développement. Il ne s'agit donc pas d'expériences destinées à étudier les possibilités

du câble comme moyen de lier chacun des foyers à un ordinateur ou à des machines à enseigner.

Dans le cadre même du concept de télévision communautaire, il faudrait déjà procéder à un inventaire systématique pour repérer toutes les expérimentations qui sont faites un peu partout au Québec et ailleurs: Beloeil, Hull, Bagotville, St-Raymond de Portneuf, Québec, Chibougamau, etc. (1). D'autres projets sont en voie de préparation à Thetford, Sherbrooke, Grand-mère, etc.,sans compter les revendications provenant du Grand Nord canadien contre les satellites artificiels et en faveur de la production locale et communautaire. Ces expériences n'ont évidemment pas toujours atteint un impact à court terme très intense, comme le fait observer une journaliste: "... on a pu assister à des formes diverses d'expériences qui n'ont pas réussi encore à dégager les traits déterminants de cette forme de télévision ou fixer des modes de fonctionnement susceptibles d'exercer une action immédiate sur le milieu" (2). Certains projets ont éprouvé énormément de difficultés à décoller, d'autres continuent à se heurter à des obstacles de taille. La plupart des projets ont probablement vécu des anecdotes, des contraintes et des paradoxes semblables à ceux que l'on peut

(1) Nous avons eu l'occasion de rencontrer brièvement des responsables des projets de Beloeil et Québec. Dans le cas de Québec, nous avons pu visionner plusieurs émissions.

(2) Ghislaine RHEAULT, "Prétendre à la communication", Le Soleil, 21 août 1971.

dégager à partir de quelques expériences; les quelques exemples suivants peuvent servir d'illustration:

- A Dolbeau, lors de l'inauguration officielle du projet (en présence de nombreux invités), on s'est aperçu, vers la fin de la soirée seulement, que seul le son était parvenu dans les foyers rejoints par le câble;

- La réglementation du C.R.T.C., qui rend le propriétaire du câble responsable des contenus, constitue une contrainte embêtante pour une télévision communautaire;

- A Dolbeau, l'utilisation du magnétoscope à des fins communautaires prend souvent la forme d'une compétition menée sur le terrain même des réseaux de télévision existants. Certains responsables veulent explicitement, par exemple, renouveler le domaine des variétés;

- A Bagotville, les responsables de la TVC déplorent publiquement l'inertie et l'incompréhension manifestée par la population, tout en affirmant dans le même article de journal (1) que l'expérience a atteint son paroxysme lors du reportage consacré à l'événement sportif "La traversée du Saguenay";

(1) Claude GREGOIRE, "La TV communautaire: on frise la catastrophe...!, Le Progrès-Dimanche, 8 août 1971.

- A Beloeil, on est souvent parvenu à réaliser un type de "production communautaire", en dépit des visées du propriétaire nettement orientées vers le profit; par ailleurs, à Normandin, les émissions ont assez souvent pris l'allure de la "production locale" (reportage sur des événements de tout genre, d'une première pelletée de terre jusqu'à la soirée de fin d'année d'un organisme de loisir), malgré les principes communautaires à la base même de l'expérience;

- A Normandin, certains ont exprimé la crainte que la TVC crée des divisions, alors qu'elle devrait favoriser l'unité du secteur. A Bagotville, la TVC a carrément alimenté l'esprit de clocher entre des villes qui se sont disputé son appropriation même.

Les nombreuses expériences de télévision communautaire s'inscrivent elles-mêmes dans un contexte de communication beaucoup plus diversifié. Sans aucunement chercher à préciser la spécificité de la TVC dans l'ensemble des initiatives actuelles, nous illustrerons l'ampleur du mouvement en faisant état de six types de projets utilisant ou non le magnétoscope (1).

(1) Cette référence s'appuie sur les textes rédigés par des responsables des projets en question, sur les commentaires de la presse écrite et, dans le cas du Bloc et du Vidéographe, sur une brève observation du déroulement des projets.

Le BLOC:

> Le Bloc s'est élaboré à partir d'un mécontentement vécu dans différents milieux progressistes du Nord-Ouest vis-à-vis la sous-utilisation actuelle des mass media. Mécontentement, donc critique. Critique de l'abrutissement entretenu par les grandes compagnies de publicité, de la fausse neutralité du système d'information qui habille mal sa fonction répressive, critique enfin, de la parcellisation du travail qui fait de la diffusion une affaire de "spécialiste", d'où les grandes masses sont exclues...
>
> ... Le Bloc se présente donc comme une tentative, utilisant le formidable potentiel des mass media pour favoriser l'émergence d'une culture régionale, d'une certaine image de nous-mêmes dans laquelle la population peut se reconnaître. Le Bloc se place ainsi dans tout un courant qui a pour but de briser les différentes pressions sociales qui empêchent les travailleurs du Nord-Ouest de se grouper entre eux, d'élaborer un langage commun et de décider de leur avenir comme collectivité régionale... (1).

Le BLOC est un processus de communication amorcé en 1969 sous le patronage du Conseil du Travail de Rouyn-Noranda (F.T.Q.), avec la collaboration de l'U.C.C., la C.E.Q. et la C.S.N. Au cours des deux premières années, le BLOC est une série d'émissions télévisées diffusées par la chaîne de télévision locale, propriété de Radio-Nord (2). La première année, les émissions ont surtout été élaborées par une vingtaine de travailleurs de

(1) Document de travail du BLOC, 6 janvier 1971.

(2) La diffusion est devenue hebdomadaire au cours de la deuxième année seulement.

Rouyn. Les grandes centrales syndicales supportaient financièrement le projet et avaient des représentants au sein du groupe de production. La deuxième année a permis à cinq ou six cellules (i.e. un regroupement de travailleurs militants d'une même localité) de participer à la réalisation des émissions. Dans la mesure où les cellules représentaient un lieu d'échanges, elles pouvaient "en certaines occasions établir une coordination des diverses actions locales, entreprises à des niveaux différents" (1). Les centrales syndicales participaient à la gestion, mais elles ne contrôlaient pas les contenus d'émission, chacune des cellules en étant entièrement responsable. L'animation des cellules ainsi que diverses fonctions techniques étaient effectuées par six volontaires de la Compagnie des Jeunes Canadiens.

Sur le plan du contenu, les émissions produites en 1969-70 comportaient une dimension axée sur l'information. La deuxième série (1970-71) a voulu fournir davantage aux travailleurs la possibilité de s'exprimer. Le style des émissions de cette deuxième année a adopté diverses formes (2):

- les émissions-reportages qui visaient à présenter un problème donné ou encore une région;
- les émissions-provocations qui cherchaient à aborder, avec humour et ironie, des sujets en soi assez dramatiques;

(1) Document de travail du BLOC, 6 janvier 1971.

(2) Document de travail, non daté.

- les émissions-renseignements au cours desquelles un groupe apporte au public les publications dont il dispose;

- les émissions-témoignages sur la situation d'individus ou de groupes sociaux;

- les émissions-mobilisations "où l'on invite les gens à un enregistrement d'émissions comme à une manifestation".

Les deux premières années du BLOC sont marquées par le fait que le travail de conception et de préparation est nettement séparé de l'aspect technique. Un caméraman de "Radio-Nord" est à la disposition du BLOC, un jour par semaine, pour faire le tournage. La production des émissions est par ailleurs nettement facilitée par la cohésion idéologique du BLOC, qui contribue à lier les efforts des participants. Antérieurement au projet de faire des émissions de télévision, il y avait la volonté ferme de permettre aux travailleurs de s'exprimer et d'analyser ensemble leurs problèmes. Cette orientation claire facilite la participation des gens qui savent vers quoi ils tendent, tout comme elle guide le choix des gens ainsi que le choix des sujets traités. Toutefois l'idéologie du BLOC n'influence pas tous les contenus: les travailleurs s'expriment et discutent de leurs problèmes, mais ils ne le font pas toujours dans le sens d'une contestation des pouvoirs. Une certaine part revient à l'expression individuelle à

partir du vécu quotidien: par exemple, les "Chefs-d'oeuvreux" parlent de leurs inventions et les cultivateurs parlent de leur métier.

La troisième année d'opération du BLOC (1971-72) s'est engagée sous le signe d'une réorientation profonde. On a cessé la diffusion d'émissions sur les ondes en partie à cause du fait que la firme de télévision a quintuplé les frais de production. De plus, on s'est rendu compte qu'une demi heure d'émission par semaine ne constituait pas un vrai réseau de communication pour les travailleurs. Les objectifs assignés aux cellules (Klubs) étaient les suivants (1):

1. Initier des gens à la pédagogie et aux techniques de la communication;
2. Promouvoir au Nord-Ouest Québécois une appropriation collective des moyens de communication et leur gestion par la population;
3. S'approprier ces outils de communication. Ex: Radio-Nord, ou bâtir un réseau parallèle coopératif de communication.

Parmi les réformes envisagées par le BLOC (2), il convient de noter la formation du Klub autour d'un leadership local et non autour d'un animateur parachuté. Dans le document de travail de septembre 1971 on prévoyait également

(1) Le BLOC, an 003, septembre 1971, pp. 29-30.

(2) Nous résumons les intentions de réformes formulées par les responsables du Bloc sans tenir compte de l'évolution de leur mise en application.

fournir une aide technique (unité mobile) aux Klubs locaux et à une ou plusieurs équipes de production régionale. L'unité mobile était considérée aussi comme un outil pour les assemblées et les congrès des organismes impliqués dans le réseau. Les Klubs avaient également la charge d'organiser des visionnements de groupe permettant aux gens de discuter les documents échangés d'un Klub à un autre. Enfin, on était préoccupé par la nécessité d'élargir la participation financière du milieu, confinée jusqu'alors aux centrales syndicales.

Le Vidéographe:

> Le vidéographe abrite donc sous un même toit; un atelier de production; une vidéothèque; un réseau de distribution opérant grâce à un service de copies. Et le plus original c'est que l'atelier de production est ouvert à quiconque soumet un projet acceptable; que le Vidéothéâtre présente une programmation régulière réalisée sur place; que la vidéothèque offrira bientôt un service de vidéogrammes; et que le service des copies procure gratuitement des vidéogrammes à quiconque en fait la demande, grâce à un réseau de distribution du vidéographe (1).

(1) C. FAUCHER, "Lancé hier, le Vidéothéâtre amorce une formule nouvelle", Québec-Presse, 28 novembre 1971.

Comme centre de production, "le Vidéographe n'a pas pour objectif d'entraîner les jeunes ou les citoyens à la manipulation des appareils. C'est là le rôle des écoles. Il les oriente plutôt vers des objectifs de production et leur permet de s'exprimer tout en acquérant une éthique de production... D'où qu'ils émanent, les projets sont soumis pour acceptation à un Comité du programme. Celui-ci est actuellement composé de l'équipe-cadre du Vidéographe ainsi que du président du Comité du programme de la Production française de l'O.N.F. Il s'agit là d'une organisation temporaire..." (1).

Le Vidéographe dispose d'une salle de visionnement de 115 sièges munie de six moniteurs. Des visionnements publics, suivis de discussions ont lieu six soirs par semaine. Chaque document programmé dans la salle ou confié au Vidéographe pour distribution fait l'objet d'une vidéo-fiche. A intervalle régulier, les vidéo-fiches sont envoyées à environ 600 personnes ou institutions — centres audio-visuels, centres culturels, TV communautaires, syndicats, etc. — possédant de l'équipement "½ pouce". Des documents "8 mm" et "super-8" seront bientôt transférés sur bandes magnétoscopiques "½ pouce" et mis de la même façon en distribution (2).

(1) Normand CLOUTIER, Le Vidéographe Phase II, 29 mars 1972, p. 3.

(2) Idem, pp. 5 et 6.

En plus d'être également un atelier de recherche et d'expérimentation dans le domaine de la magnétoscopie "½ pouce", le Vidéographe a assumé des fonctions de centre d'information (demandes de renseignements, au niveau du "software" comme du "hardware", émanant des milieux les plus divers) et d'agence de services (les modules de montage et de sonorisation de même que la salle sont mis à la disposition des citoyens).

Le Vidéographe procède d'une double intention: 1) par rapport à la magnétoscopie, "l'objectif n'est pas tant ici de communiquer des messages d'expression que d'utiliser le medium comme instrument de distanciation et d'auto-critique ou comme technique permettant d'inventorier son milieu, et d'abord soi-même" (1); par rapport aux jeunes, leur maîtrise spontanée de la télévision et les minces possibilités institutionnelles (O.N.F., Radio-Canada, Radio-Québec) qui leur sont offertes ont amené les responsables du Vidéographe à se demander si la magnétoscopie pouvait devenir un mode d'expression pour les jeunes.

Dans les quatre ou cinq premier mois de fonctionnement du Vidéographe, 50 projets ont impliqué directement 250 personnes. Les vidéogrammes sont d'une durée de quatre minutes

(1) Normand CLOUTIER, op. cit., pp. 9-10.

à une heure, avec une durée moyenne de 29 minutes. Le budget moyen d'un vidéogramme s'établit à $1,385. Le directeur du Vidéographe, Robert Forget, se proposait au départ de soutenir une centaine de productions par année.

May Day Video

> A few short weeks before May Day, the idea of coordinated video involvement in the actions in Washington emerged from the video group at Antioch College. An announcement appeared in Radical Software urging people from other places to come here and work together. Many came and eventually recorded some 40 hours on the events during the two week sustained struggle to end the genocide in Indo-China and to raise consciousness of racism and sexism at home... (1).

Les initiateurs du projet souhaitaient contribuer à la clarification de questions comme la signification du thème de la non-violence: est-ce un mouvement passif qui absorbe les coups de la police, ou un mouvement qui permet de se défendre et même d'entreprendre des actions offensives, telles la barricade des rues et la violence exercée contre les propriétés? On formulait ainsi la tâche à accomplir: "We understood our major task was to connect people to the strategies of these two organizations and thus to

(1) "May Day Video", Radical Software, No 4, 1971.

help bring form and unity to an essentially amorphous gathering of people" (1).

A cause de difficultés techniques, mais surtout à cause d'un manque de discipline et d'expérience, les responsables du projet ont dû se contenter d'agir, comme des reporters recueillant les impressions des manifestants, et de suivre les actions se déroulant dans les rues (2). D'autres problèmes surgirent au moment de décider des modalités de distribution des documents réalisés: "... The split in the May Day Video Collective can be seen in a positive light if we start to realize that as we work and decide how our tapes should be distributed, we must respond to political priorities, if we want to represent and serve the people... Knowing the medium means nothing if we cannot help people to use it to serve their needs. Or are we to become like Egyptian scribes, who became an oppressing class because they knew how to write and the people didn't?" (3).

Le magnétoscope, un instrument d'information:

Dans un cadre plus fonctionnel, une intéressante expérience d'information a été menée auprès des citoyens

(1) "May Day Video", Radical Software, No 4, 1971.
(2) Idem.
(3) Idem.

"défavorisés":

> Elections were held to elect poor people to the Community Action Board so that the agency could respond directly to the needs of the county poor... Polling places were created in various places in the county and the local news media was employed to get election information to eligible voters... Sunday four people voted at the Santa Cruz Area Service Center and other polling places had about the same response. Normal information channels appeared to be ineffectual (1).

On utilisa alors un équipement magnétoscopique pour informer les assistés sociaux au moment même où ces derniers se rendaient dans les Services sociaux et devaient attendre leur tour pour recevoir une allocation quelconque. L'information diffusée portait sur les programmes respectifs prônés par les représentants des milieux "défavorisés" au sein du Conseil Communautaire. Le succès de l'expérience semble assez concluant: "Since over 50% of the entire county votes came from Surplus Foods on Monday, one could conclude that this new closed-circuit t.v. approach to information distribution was a success" (2).

Comme le fait observer Frederiksen, "the results of this experiment have implications for the future in terms of getting needed information to the economic disenfranchised. One reason the anti-poverty programs have not

(1) Allan FREDERIKSEN, "Information to the disenfranchised: a process approach", Radical Software, no 4, 1971.

(2) Idem.

been more successful is lack of getting out the information on resources available to the poor and how to take advantage of them" (1).

Metro Media:

> Many people still see us as a community cable group trying to organize the community into one broadly base representative organization endeavoring to take over the cable station. Much more important for us has been the emergence of a broader vision: the development of citizens'groups with an understanding of the information systems that are (or should be) open to them, and with the capability of formulating their communications objectives and pursuing them, using every practical communications medium. We now see ourselves as the intensifiers and facilitators of more potent communications of all kinds in the community(ies) (2).

Selon cette conception, le potentiel même du câble dépend finalement de la capacité des citoyens d'utiliser d'abord les possibilités de communication qui s'ouvrent à eux. Il s'agit donc d'aider la population à se servir et à comprendre les outils de communication qui sont déjà à sa disposition. Le contenu des besoins formulés par les citoyens devient relativement secondaire: fabrication d'un

(1) Allan FREDERIKSEN, op. cit.

(2) Bill NEMTIN, "Metro Media and the community", Newsletter, No 8, Spring 1972, National Film Board of Canada, Challenge for Change/Société Nouvelle, p. 23.

document d'information à l'intention d'un organisme quelconque, élaboration d'un instrument pour amorcer une discussion, préparation d'un document résumant les griefs d'un groupe, etc.

Dans la poursuite de tels objectifs, les responsables du projet sont amenés à devenir à la fois un centre d'information et une organisation politique: "We now have to collect, and make available to the community, information on communication projects that have gone on, on media resources avaible in the community, on the various types of hardware and communications techniques, and on the political issues and decisions involved in our media institutions" (1). Par ailleurs, ce rôle de support n'empêche pas les initiateurs du projet de Vancouver de ressentir le besoin d'expérimenter de nouvelles formules en matière de communications.

L'Introscaphe:

L'idée de base de l'Introscaphe est très simple: "enfermer un "spectateur" dans une enceinte close et lui faire vivre pendant 4½ minutes une expérience artistique à

(1) Bill NEMTIN, "Metro Media and the community", Newsletter, No 8, Spring 1972, National Film Board of Canada, Challenge for Change/Société Nouvelle, p. 23.

trois niveaux de contact: avec l'oeuvre elle-même, la sculpture; avec le contenu du film présenté; avec lui-même, seul, isolé du monde extérieur et le percevant par l'image d'une façon absolument nouvelle" (1). L'Introscaphe est le prototype d'une sculpture-objet expérimentée par 800 personnes à Paris. L'Introscaphe est conçu comme un outil de communication: "L'introscaphe n'est pas un gadget de plus à ajouter à la gamme des produits de la civilisation technologique, mais bien un véritable instrument de communication, nouveau certes et d'allure scandaleuse aux yeux des doctes spécialistes du cercle, par lequel son créateur veut proposer au citoyen de partout une lecture différente des événements de la vie quotidienne" (2).

L'intention de base de ce projet appartient fondamentalement au même cadre de référence que la TVC, par exemple, à ce niveau d'une réaction utopique contre les mass media. L'objection concernant la relation "individu-medium" propre à l'Introscaphe pourrait facilement s'estomper avec l'organisation de discussions entre les individus qui ont expérimenté l'Introscaphe. De même l'inconvénient relatif à l'état encore incertain du prototype ne tient, comme l'explique Alleyn, qu'aux priorités que donne une société aux

(1) Jean GIROUX, "Après l'Instroscaphe I, Edmund Alleyn", Le Soleil, 4 décembre 1971.

(2) Idem.

laboratoires de recherches scientifiques au détriment des laboratoires de recherches artistiques.

L'Introscaphe, le Vidéographe, la TVC, etc. appartiennent à une problématique commune de communication. Ce qui varie de l'une à l'autre, c'est le contexte sociologique de l'expérience, le degré de complexité technique de l'instrumentation, l'approche plus ou moins communautaire, etc.

-IV-

La télévision communautaire, UNE INTERVENTION SOCIALE

> ... Ceux qui ont le câble s'amuseront un peu — ou piqueront une colère — devant les efforts surhumains des "volontaires" et salariés, insuffisamment expérimentés et pas assez nombreux, de télécâble. Ce qui leur permettra — aux abonnés du câble qui s'arrêtent au canal 11 - de constater qu'il n'est pas si facile qu'on le croirait, de "faire" une télévision regardable. Sans moyens techniques et sans personnel compétent, les plus belles initiatives se perdent dans un fatras d'incohérences qui font penser à une radio de collégiens que l'on photographierait. La bonne volonté ne suffit pas. Il faut aussi du talent et des moyens (1).

Cette appréciation négative de la télévision communautaire à Québec a l'immense mérite de faire ressortir sans équivoque l'aberration d'une approche qui appréhende la TVC à partir des schèmes de la télévision que l'on consomme régulièrement. Cette "sortie" globale contre la TVC trouve d'ailleurs sa contrepartie chez ceux qui sont spontanément amenés à prêter à la TVC toutes les vertus dont serait privée la télévision de masse. A travers l'adhésion affective que suscite un symbole de participation comme la télévision communautaire, on est tout naturellement conduit à percevoir le phénomène en fonction des lacunes et des orientations mêmes de la télévision que l'on connaît. Dans ces conditions, on est logiquement porté à

(1) Propos d'un critique de télévision dans un quotidien québécois; ces propos ont été tenus dans un article sur la grève tournante qui a paralysé Radio-Canada.

désigner la télévision communautaire en opposition à une télévision que l'on qualifie de commerciale, bourgeoise, régulière, ordinaire etc. (1).

La simple description de l'événement vécu à Normandin tend déjà à indiquer nettement que la TVC ne peut pas se laisser cerner par une comparaison avec la télévision de masse. Chercher à saisir la nature et la signification de la TVC par le biais d'une comparaison systématique avec les réseaux existants de télévision, ce serait fausser dès le départ la perspective sous laquelle il faut envisager l'émergence et l'évolution d'un phénomène comme la télévision communautaire. Sans prétendre apporter une définition cohérente et durable d'un phénomène encore au stade de l'émergence, nous nous proposons ici de faire ressortir en quoi la spécificité de la TVC réside dans son caractère d'intervention sociale. La confusion entre la TVC et la télévision de masse (illustrée plus haut) nous oblige d'abord à rappeler quelques évidences sur les propriétés respectives des terrains sur lesquels évoluent les deux types de télévision. Nous préciserons ensuite les traits essentiels qui permettent d'assimiler

(1) Pour éviter le plus possible de définir la TVC en réaction à la télévision des réseaux actuels, nous nous en tenons au terme descriptif de "télévision de masse". L'expression "télévision communautaire" n'est évidemment pas aussi descriptive, mais c'est précisément l'une des raisons d'être de cette recherche que de préciser la nature du phénomène.

la TVC à un mode d'intervention sociale. Enfin, nous envisagerons divers modèles possibles qu'implique une telle conception de la télévision communautaire.

1) L'INCOMPATIBILITE DE LA TVC ET DE LA TELEVISION DE MASSE

Des centaines de citoyens ont eu le loisir de vérifier le contraste qu'offrent la TVC et la télévision de masse sur le plan de l'accessibilité réelle: ni réclame commerciale ni contraintes de temps pour entraver l'expression du citoyen. Les seules limites proviennent surtout du manque d'habitude de communiquer ce qu'on a à dire. Le contexte de spontanéité dans lequel se produisent les émissions est par ailleurs tout à fait indescriptible. Comment rendre compte des expériences qu'ont vécues des dizaines d'artisans? Comment rendre compte de l'atmosphère "extraordinaire" de l'émission réalisée, à Girardville, par les membres de L'A.F.E.A.S.? Comment faire écho à la richesse des échanges entre un animateur de la TVC et les femmes de l'A.F.E.A.S., à partir de simples commentaires sur les "albums" (découpures de photographies de revues illustrant un thème d'étude de l'A.F.E.A.S.) préparés avec soin par quelques membres de l'association? Le prix à payer pour cette spontanéité est évidemment assumé par le téléspectateur de la télévision de masse peu habitué à se faire dire de revenir un

peu plus tard, parce que les participants de l'émission programmée ont oublié de se présenter. Dans le cadre d'une télévision communautaire, c'est un revers de médaille relativement secondaire.

Au-delà de ces différences spectaculaires dans le fonctionnement des deux types de télévision, on peut également illustrer l'incompatibilité de ces media à deux autres paliers: les fonctions qu'ils remplissent et le niveau de leur impact.

Les fonctions:

Les Jeux Olympiques de 1976, à Montréal, ne risquent pas d'être "couverts" adéquatement par le canal de la télévision communautaire. L'on peut également espérer difficilement voir à la TVC les documents sur la Chine et le Japon présentés par Radio-Canada. L'absurdité de ces exemples montre bien que certaines fonctions sont pratiquement inaccessibles à une télévision communautaire. La TVC ne peut certes entrer en compétition avec la télévision de masse dans le domaine de l'information qui vise à élargir les horizons. La TVC est tout aussi incapable de rivaliser avec la qualité des artistes et des vedettes qui se

produisent à la télévision de masse. Cette fonction du divertissement est pourtant aussi essentielle que certaines fonctions remplies par la télévision communautaire, dans la mesure où elle comble un besoin psychologique profond de l'individu: "L'homme, en effet, ne peut s'employer pleinement que s'il construit fort au-dessus et au-delà des apparences concrètes une architecture d'images où ses tendances profondes vont pouvoir s'exercer, se déployer à leur aise, pour nourrir constamment ses démarches quotidiennes sans qu'il soit déçu par leur caractère mesquin, par les échecs épisodiques" (1). Cette dimension positive de l'évasion risque évidemment de devenir une recherche d'un monde idéal, séparé, à l'abri des réalités quotidiennes, si la télévision produit seulement des émissions comme "Rue des Pignons", le "faubourg qui voit la vie en rose" (2).

Concernant la fonction d'information, la différence entre la TVC et la télévision de masse ne se limite pas seulement à "l'information-ouverture sur le monde"; elle s'applique aussi à l'information qui porte sur les

(1) André VARAGNAC, Civilisation traditionnelle et genres de vie, Paris, Albin Michel, 1948.

(2) Marie-Thérèse RIBEYRON, "Rue des Pignons, c'est le "faubourg qui voit la vie en rose", Perspectives-Dimanche, 26 septembre 1971. L'article est basé sur une étude réalisée par quatre étudiants.

réalités les plus immédiates du citoyen québécois. L'information de masse donne au citoyen l'illusion de participer à la vie sociale de son milieu. La lecture du journal au petit déjeuner, ou l'écoute du télé-journal en fin de soirée, équivaut pour l'homme moderne à l'assistance à un office religieux, car le journal et la télévision lui donnent l'impression de faire partie d'un ensemble plus vaste (1). L'information n'a pas du tout le même caractère à la télévision communautaire et à la télévision de masse: "Surtout, une analyse de l'information qui circule dans les réseaux de communication de masse nous révèle que celle-ci est presque exclusivement ce que j'appellerais de l'information consommatoire, ou spectaculaire. L'information dont divers groupes ont besoin pour agir, et qu'on pourrait nommer instrumentale, n'y a pas sa place. Et on ne voit guère comment il pourrait en être autrement" (2). Les quelques exemples d'une information de masse passablement éloignée du "spectacle" ne peuvent atteindre le caractère "instrumental" de l'information de la télévision communautaire. L'effet produit par l'émission "Consommateurs avertis" (Radio-Canada) et par une série analogue

(1) Léo LOWENTHAL, "La culture populaire, concept commun aux humanités et à la sociologie", Revue Internationale des Sciences Sociales, XII, 4, 1960, p. 583.

(2) Line ROSS, "La recherche: pour qui?", Media, Vol. 1, No 1, octobre 1971.

réalisée dans le cadre de la TVC serait tout à fait différent. L'écart ne résiderait pas dans un coefficient de contestation plus élevé dans les émissions de la télévision communautaire; il est pratiquement impossible de monter des dossiers plus dénonciateurs de l'exploitation du consommateur que ceux préparés par l'équipe de l'émission "Consommateurs avertis". La différence tiendrait essentiellement au canal de diffusion même et au fait que la TVC permet à un milieu de "bâtir" sa propre information au lieu de se laisser injecter des informations sur lui-même.

Le niveau de l'impact:

Le conformisme nécessaire de la télévision de masse découle de l'immensité de son public et de la crédibilité que celui-ci lui accorde: "L'ampleur des dimensions de l'audience implique inévitablement hétérogénéité idéologique ou partisane du public d'usagers: la télévision ne pourrait s'engager dans les controverses comme acteur propre, et non pas seulement comme présentateur des opinions en présence, qu'en se heurtant à une partie plus ou moins large de son public" (1).

(1) Jean MEYNAUD, op. cit.

Ce modèle de fonctionnement de la télévision est d'ailleurs cohérent avec les règles du jeu du système socio-politique libéral. Le rôle de l'auditoire des réseaux de télévision correspond à la place prépondérante de l'opinion publique dans la mécanique politique: "...Ce qui caractérise cette opinion publique, c'est qu'elle n'est composée en somme que d'une addition d'opinions privées que chacun essaie d'interpréter à sa propre façon ou selon ses propres intérêts. On n'y trouve pas à proprement parler de processus de discussion ni de processus de débat. L'opinion publique devient ainsi très facilement manipulable surtout avec le développement des moyens de communication de masse et des techniques de propagande ou de publicité..." (1). Le mécanisme actuel de l'opinion publique permet à la bureaucratie publique et à la "technostructure" d'exercer librement leur pouvoir. C'est précisément le projet contraire dont s'alimente la TVC en voulant créer une place publique où sont discutés les enjeux collectifs d'une communauté.

Les limites inhérentes à la télévision de masse face au changement ne réduisent pas complètement son action sur ce plan. Si le rôle de la télévision de masse

(1) Gérard FORTIN, La société de demain: ses impératifs, son organisation, Commission d'enquête sur la santé et le bien-être social, Annexe 25, Octobre 1970.

est presque nul au niveau de l'implantation d'un processus de discussion qui viserait à rendre collectif le choix des objectifs d'une communauté, ce modèle de télévision contribue largement à la diffusion d'un langage "scientifique" qui habitue les citoyens aux problèmes du changement social et du développement socio-économique. Selon les hypothèses de Fortin, l'action des media de masse tendrait ainsi à amorcer une brisure par rapport à la culture préindustrielle, puisque la nature et la société sont présentées comme un ensemble de phénomènes obéissant à des lois internes (1).

Mais l'impact de la télévision de masse se situe surtout au niveau des habitudes et des modes de vie des individus. La télévision aurait considérablement modifié les relations sociales, par exemple: "Si des gens arrivent au milieu d'une émission intéressante, on ne ferme pas la TV mais on la baisse, dans l'espoir que les nouveaux venus s'y intéressent" (2). En ce sens, la télévision est doublement une présence qui s'impose sans être une communication, même si elle sert à alimenter les individus en sujets de conversations. Jusqu'à un certain point

(1) Gérald FORTIN, "La planification des mass media en vue du développement", Communications, Seuil, No 14, 1969.

(2) Propos recueillis dans une entrevue de groupe avec des artisans de la télévision communautaire.

l'impact culturel de la relation télévision-individu se transpose au palier collectif. La télévision de masse permettrait à une société d'exprimer la représentation qu'elle se donne d'elle-même: "Tandis que le Canada anglais en est resté au XIXe siècle, le Canada français a sauté du XVIIe au XXe siècle parce que c'est la radio et la télévision qui leur ont donné une nouvelle image d'eux-mêmes. C'est beaucoup plus fort que chez les Canadiens anglais dont l'image a été façonnée par l'épopée du chemin de fer" (1). Au-delà de son caractère étonnant, cette observation souligne peut-être que l'avènement de la télévision a unifié un Québec fractionné en plusieurs régions presque indépendantes. Dans cette perspective, la télévision communautaire représente peut-être simplement un processus d'approfondissement, de consolidation d'une unité superficielle.

2) LA SPECIFICITE DE LA TVC : UN MODE D'INTERVENTION SOCIALE

Le fonctionnement, les fonctions et le niveau de l'impact de la télévision de masse et de la télévision communautaire réfèrent à des univers respectifs qui ont peu en

(1) Marshall MCLUHAN, Perspectives, No 11, 18 mars 1967, p. 22.

commun. Au-delà des fonctions et des influences spécifiques à chacun, il y a celles qui, tout en étant communes aux deux modèles de télévision, renvoient à des schèmes très divergents. On pourrait presque appliquer à ces deux modèles de télévision la distinction établie par Mills entre divers media. La télévision de masse implique d'abord l'individu dans un "self-processing or technologically induced self-confrontation" (1). La télévision communautaire fait plutôt partie des media "used for interaction, i.e. when more than one person communicates using the medium in a real-time mode" (2).

La différence majeure entre les deux modèles de télévision se situe au niveau de leur relation avec l'auditoire. La télévision de masse est tributaire d'un auditoire moyen qu'elle connaît plus ou moins. La télévision communautaire est avant tout reliée à la vie d'une collectivité restreinte: "...A community oriented video project could define a community, rather than simply defining an audience... In practice, the unit will not function categorically, but will develop as an experiment with the dynamics inherent in the video medium in relation to immediate social priorities and a vision of decentralized,

(1) Mike MILLS, "The Tale of Anode and Cathode", Radical Software, No 4, 1971.

(2) Idem.

liberated communications..." (1). La différence n'est atténuée en aucune façon par le fait que les moyens de diffusion de masse sont en mesure de mieux connaître leur auditoire par le mode de participation que constituent les sondages.

Le corollaire de cette spécificité de la télévision communautaire, c'est évidemment le caractère secondaire de la cote d'écoute. Il est certes souhaitable qu'elle soit le plus élevée possible, mais un auditoire relativement faible n'altère en rien l'essence même de de la TVC. L'auditoire premier de la TVC est formé des citoyens intéressés à participer, non pas comme spectateurs ou consommateurs, aux débats amorcés par la télévision communautaire. L'auditoire de la TVC est appelé à s'édifier graduellement à partir d'une prise de conscience du rôle de ce médium et à mesure qu'augmentera la participation active à l'élaboration du contenu diffusé par câble. C'est en quelque sorte le processus inverse de la situation prévalant à la télévision de masse où un auditoire mythique détermine globalement (par le biais de la cote d'écoute) le type de contenus.

(1) "Community Access Scheme", Radical Software, No 4, 1971.

L'écart entre la TVC et la télévision de masse est tel qu'il nous semble plus approprié de saisir le phénomène de la télévision communautaire à partir du cinéma d'animation sociale qui consiste à fournir l'occasion d'un deuxième regard sur la réalité. Le film "l'Acadie, l'Acadie" illustre exactement les raisons de rapprocher la TVC du cinéma plutôt que de la télévision: "Le maire Jones de Moncton aurait qualifié d'ordure le film, rejetant l'image de ses démêlés avec les étudiants telle que restituée par le film. Et pourtant, fera remarquer Brault, le métrage utilisé dans le film, en ce qui le concerne, est sensiblement le même que celui que les téléspectateurs ont pu voir à la télévision le lendemain des événements. Pourquoi alors n'avoir pas protesté à la suite de ces reportages télévisés... Le film, selon Brault, ne fait que poursuivre, en profondeur, une réflexion née de certains événements particulièrement révélateurs. L'actualité, nous fera-t-il remarquer, ne retient la plupart du temps que les "tapes sur la gueule". La perception globale des événements en reste souvent à ce niveau, celui du sensationnalisme. Alors qu'il suffit d'y regarder deux fois pour s'apercevoir que c'est plus compliqué" (1). La télévision communautaire, c'est précisément cet effort supplémentaire que ne peut faire la télévision de masse.

(1) Jean-Pierre TADROS, "Bonnaccord Street, un cul-de-sac?" Le Devoir, 8 janvier 1972.

La télévision communautaire est un "immense film" construit par toute une communauté, un film sans la simplification et la dramatisation inhérentes au cinéma (qui rejoint en cela la télévision de masse, mais à un niveau différent). La démarche collective qu'implique la télévision communautaire permet de saisir toute la distance entre ce nouveau médium et les émissions de la télévision de masse les plus susceptibles d'être confondues avec la TVC: ex. le fossé des générations (Format 60), Dialogue (Télé-4), etc.

D'une façon concrète, la différence profonde entre la télévision de masse et la TVC signifie que des éléments comme l'origine locale des participants, la présence d'artisans bénévoles ou les contenus différents ne suffisent nullement à caractériser une télévision communautaire. Ces facteurs n'aboutissent, en eux-mêmes, qu'à une version locale des réseaux nationaux de télévision. Cette forme de télévision correspond, au niveau des modèles concrets de fonctionnement, à ce qu'il est convenu de désigner "production locale". A ce palier, on en demeure à des reportages sur divers événements locaux et à la discussion, sous le patronage du propriétaire du câble ou de son représentant, d'émissions permettant à un individu ou à un groupe d'exprimer ses préoccupations.

La télévision communautaire conçue comme un mode d'intervention sociale implique une démarche collective fondée sur l'animation. La télévision communautaire suppose donc la présence d'un groupe d'animateurs (rattaché à l'organisme de gestion) chargés de canaliser la participation des associations et des citoyens vers la poursuite d'un projet spécifique de développement du milieu.

3) DIVERS MODELES POSSIBLES D'INTERVENTION SOCIALE

Le processus par lequel la télévision communautaire devient une intervention sociale au service d'un développement communautaire maximal peut évidemment prendre de multiples formes. Nous voudrions ici dégager cinq types de démarches ou d'approche d'animation qu'on peut assez facilement entrevoir: a) la TVC-tribune, b) la TVC-animation sociale, c) la TVC-information, d) la TVC-expression et e) la TVC-éducation. Nous nous contentons toutefois de situer les perspectives générales de chacun de ces modèles sans préciser toutes les caractéristiques. Ces cinq modèles constituent néanmoins autant d'expériences d'animation qui présupposent une connaissance adéquate du milieu. Même s'il n'est pas toujours possible de s'appuyer sur des monographies et sur une image exacte des conceptions de la

population concernant sa condition socio-économique, certaines études semblent s'imposer: analyses de l'évolution des organisations de la communauté, étude statistique de l'évolution de la population et de certains secteurs d'activités, perception des divers responsables d'organismes relativement au développement de leur milieu, etc. La précision du diagnostic sur la situation d'un milieu dépend évidemment du type d'expérience menée: la TVC-tribune n'implique pas le même effort d'animation que la TVC-animation sociale.

Il importe également de noter que les cinq modèles de télévision communautaire ne représentent pas des orientations incompatibles au sein d'un même projet. Selon les besoins d'un milieu et les ressources dont il dispose, les initiateurs et les membres de l'organisme de gestion du projet pourraient s'engager dans plusieurs voies d'intervention sociale. Cette polyvalence des "contenus" exige nécessairement une organisation qui comprend plusieurs équipes d'animateurs. Sans une telle spécialisation (qui est la conséquence d'un choix du conseil de gestion quant à l'orientation idéologique), on se retrouve presque dans la situation vécue à Normandin: une définition du projet s'inspirant de la TVC-animation sociale et un fonctionnement relevant plutôt du modèle de la TVC-tribune.

A) La TVC-tribune:

Cette approche vise d'abord à permettre aux organismes et aux citoyens de se servir de la télévision communautaire, en fonction de leur rôle dans la communauté ou de leur place dans la stratification sociale. Ainsi la Chambre de Commerce a la possibilité de préparer elle-même une série d'émissions pour expliquer son fonctionnement, décrire ses activités ou prendre position sur un problème quelconque. La perspective de l'émission est choisie par l'organisme lui-même: publicité en vue de recruter de nouveaux membres ou volonté de participer à un débat sur des thèmes qui préoccupent la collectivité. De même un groupe d'étudiants peut utiliser la TVC pour renseigner la population sur les activités de l'école, pour manifester leur insatisfaction face aux conditions de vie de l'école, ou pour interpréter une pièce de théâtre.

Un deuxième principe régit cette forme de télévision communautaire: la présence d'un noyau d'animateurs qui assument la responsabilité directe d'une certaine production. On peut décider de consacrer une série des émissions à un problème jugé pertinent à la vie communautaire, mais qui se trouve passablement négligé. Le style d'émissions préparées par les animateurs, en collaboration avec des bénévoles, varie considérablement. On peut se contenter

de permettre à la population de s'exprimer sur une dimension ou une autre d'une réalité en organisant des émissions-débats ou en procédant à des entrevues individuelles ou des entrevues de groupes. Ou encore on proposera à la population d'entreprendre une réflexion alimentée par la TVC elle-même. A St-Félicien, par exemple, les responsables de la télévision communautaire ont "branché" sur le projet une "initiative locale" inscrite dans le cadre d'un programme fédéral. Un groupe de recherchistes ont procédé à l'inventaire des possibilités économiques du milieu. Les matériaux ramassés ont servi à l'élaboration de plusieurs émissions.

Ce qui caractérise essentiellement la TVC-tribune, c'est l'imprécision de l'idéologie, la définition vague des objectifs et l'ambiguïté des normes ou des critères qui délimitent l'intérêt communautaire des émissions. La TVC apparaît d'abord comme un véhicule, une infrastructure technologique à la libre disposition des intéressés. On suppose que la population transformera la TVC en mécanisme privilégié pour faciliter le développement du milieu. Les objectifs assignés à la TVC consistent à favoriser la communication entre les éléments de la communauté et à susciter une plus grande participation des citoyens aux affaires de la collectivité.

Dans ce contexte, on n'a pas à établir de critères de sélection des contenus et des participants. Le rythme de croissance de la TVC obligera éventuellement l'organisme de gestion du projet à jouer un rôle d'arbitre de façon à garantir à tous le droit de parole. Dans la logique de la TVC-tribune, on peut s'attendre, en temps d'élection, à une stricte répartition des périodes réservées à chacun des partis politiques. Cette forme d'intervention sociale semble initiée par de "froids" organisateurs. Cela n'exclut pas la possibilité que la TVC serve de caisse de résonnance aux conflits qui marquent la vie locale. Même s'il est possible que la mise à jour de querelles d'intérêts ou de personnalités permette de les résorber partiellement, il est également plausible que la TVC serve plutôt à attiser les rivalités locales. L'empirisme du processus déclenché par la TVC-tribune ne permettrait pas de transformer de vaines querelles en un conflit social souvent inséparable d'un véritable changement social.

B) La TVC-animation sociale:

Ce modèle de télévision communautaire place le problème du changement social au premier plan des préoccupations des responsables du projet. Il s'agit de viser

une transformation des mentalités de façon à permettre un changement qui s'inscrit dans le contexte du développement d'une société, le développement étant ici conçu comme "une volonté de la société de choisir ce qu'elle veut devenir et de prendre les moyens pour atteindre cet objectif" (1). Cette approche idéologique est d'abord orientée vers les enjeux vitaux d'une collectivité; l'accent est mis sur le développement de la prise de conscience d'une population donnée face aux problèmes collectifs qui confrontent son milieu.

Dans cette voie, nécessairement axée sur la modification des rapports sociaux et de l'organisation politique de la communauté, la télévision est un instrument d'animation sociale dans le double sens suivant: 1) la télévision est un moyen d'amplifier les effets de techniques d'animation utilisées pour réaliser des objectifs précis de changement; 2) la télévision est elle-même un outil d'animation, comme l'a expérimenté McDougall avec une caméra de cinéma: "Tout se passait comme si le fait d'avoir à fixer sur un support technique, dans le cadre limité d'un viseur de caméra, une perception de la réalité obligeait la personne à revoir sa conception des choses, à faire de nouveau le tour de toutes les informations la

(1) Gérald FORTIN, Participation et Société, texte polycopié, 71 pages.

concernant, à laisser remonter en surface un savoir enfoui" (1).

Bien plus que le medium télévision, ce qui est important dans ce contexte, c'est le choix d'objectifs de changements cohérents avec les données socio-économiques du milieu et avec les dynamismes latents de ce milieu, de même que l'élaboration d'une stratégie d'intervention sociale suffisamment efficace pour amorcer la discussion de certains problèmes majeurs. En corollaire, cette option idéologique met plus particulièrement en rapport deux catégories de personnes au sein de la population: ceux qui détiennent les pouvoirs locaux de décision (ou qui agissent comme relais de décisions prises au niveau des instances supérieures) et ceux qui constituent les forces d'opposition ou de contestation.

Au niveau de cette approche de la télévision communautaire, il faut aussi tenir compte du cadre de référence dans lequel peut se situer l'action de la TVC:

- un effort concerté de planification et de développement;
- une pratique sociale qui se situe d'abord dans l'ordre de la communication socio-politique;
- une perspective militante où domine la volonté de contester tous les pouvoirs.

(1) Fernand DANSEREAU, Colloque sur les communications sociales, tenu à Amos, avril 1969, p. 23.

● Un effort concerté de planification et de développement:

Dans un tel contexte, le rôle de la TVC consisterait à être le lieu privilégié des échanges et des points de vue qui s'expriment sur la place publique. La contribution de la TVC varierait selon le degré d'organisation ou de structuration de l'effort de concertation et de planification déployé dans le milieu.

Dans l'hypothèse où on est en présence d'une tentative systématique de planification nécessairement initiée par l'Etat, l'apport d'une TVC pourrait se limiter à l'organisation d'émissions susceptibles d'amener la population à se prononcer sur les résultats de l'entreprise de planification. Dans cette situation vécue par les régions du Bas St-Laurent et de la Gaspésie, par exemple, l'animation de la TVC s'insère forcément dans une action d'animation plus globale sous la responsabilité de l'une des équipes affectées aux travaux de planification. La télévision communautaire est en mesure de remplir un rôle de catalyseur. A une échelle réduite et plus locale, il est facile d'imaginer l'influence d'une TVC située au centre de l'enquête-participation de la Vallée de Mistassini, menée il y a quelques années.

Dans un cadre où, en l'absence d'un effort global, il s'agit surtout de minimiser les inconvénients d'un développement se faisant au gré des exigences d'une société libérale, la TVC deviendrait possiblement le lieu de rassemblement des forces intéressées à promouvoir la nécessité d'une action cohérente de développement. Le leadership de la TVC s'exercerait par la proposition d'une démarche suffisamment stimulante pour inciter les organismes du milieu à accepter un processus continu de confrontation de leurs points de vue.

Le rôle de la TVC-animation sociale par rapport aux initiatives et aux préoccupations de planification et de développement ne consiste pas à susciter un consentement inconditionnel aux formules technocratiques d'aménagement des collectivités. La TVC-animation sociale a comme seule visée d'apprivoiser le phénomène du changement social de façon à l'orienter et non à le subir.

- Une pratique sociale qui se situe d'abord dans l'ordre d'une communication socio-politique:

En dehors même de toute référence à la notion de Plan, il reste de larges zones où la TVC est appelée à devenir un lien entre les grands centres de décision et les réseaux de communication plus communautaires, entre

les médiations institutionnelles et la quotidienneté des relations primaires. Concrètement la matière première de cette démarche d'animation est contenue dans les "livres blancs" et les rapports des nombreuses Commissions d'études qui, depuis quelques années, ont procédé à des révisions de situations inchangées depuis des décennies: Commissions Boucher, Bélanger, Prévost, Castonguay, Rioux, etc. La TVC apparaît dès lors comme un instrument axé sur la connaissance accrue de problèmes et de situations nouvelles et complexes. L'accès d'une population nombreuse à ces connaissances est un préalable à la participation réelle. Les difficultés de stimuler l'intérêt et de transformer les attitudes d'une population représente un défi encore nouveau.

D'une façon plus spécifique, la TVC-animation sociale pourrait concrétiser cette problématique en s'orientant, par exemple, vers une réévaluation du rôle des corps intermédiaires. Quelle est la valeur du type traditionnel de la démocratie de représentation dans l'optique du développement exigé par une société moderne? Plus précisément, les associations de tout genre remplissent-elles leur fonction médiatrice entre les institutions de base et la population? Les syndicats, les chambres de commerce, les coopératives, les associations familiales et culturelles, etc. représentent-ils des valeurs vivantes de la démocratie ou

n'ont-ils de démocratique que leur form· nstitutionnelle? A quel niveau de structures intermédiaires toutes ces organisations se situent-elles: celui de l'expression de relations sociales primaires, celui de la défense "de biens particuliers désirés en commun" ou celui d'une liaison entre le citoyen et l'Etat? (1).

Dans cette perspective, on est loin de l'utilisation des media de masse par les groupes d'intérêt à des fins publicitaires, de propagande ou d'expression des messages "d'intérêt public" de la Chambre de Commerce. La TVC-animation sociale constitue un cran d'arrêt à l'action souterraine des intérêts particuliers. Il devient alors possible de prévoir un ensemble de procédures, de dialogues et de moyens de communications.

A ce palier, le <u>projet</u> d'une TVC-animation sociale s'inscrit nécessairement dans une réforme radicale des méthodes d'action politique. Les propos suivants illustrent bien le type d'entreprise qui sous-tend cette forme d'animation sociale:

> Le phénomène de radicalisation auquel on a graduellement assisté au cours des récentes années et qui, depuis les événements d'octobre, a atteint un nouveau sommet, témoigne de cette absence de mécanisme satisfaisant d'expression de la volonté populaire.

(1) Alain BARRERE, "Socialisation et Démocratie", <u>La Société Démocratique</u>.

> Dans le contexte actuel, le désir de participation, qui dans plusieurs secteurs est très vif au Québec, doit le plus souvent prendre la forme de la revendication pure et simple (1).
>
> ... Mais, comme le soulignait un homme politique anglais, le citoyen ordinaire, qui vit dans un monde où la technologie des communications est extraordinairement développée, se retrouve malgré tout seul dans la rue, comme il y a cent ans, le jour où il veut dire aux autres des choses qui sont importantes pour lui. Alors qu'il est assailli vingt-quatre heures par jour par la presse écrite, la radio et la télévision, il n'a pas souvent d'autre moyen d'expression que la pancarte au bout d'un bâton, comme en 1850 (2).

● Une perspective militante où domine la volonté de contester tous les pouvoirs:

Cette conception de la TVC-animation sociale rejette le style d'animation pratiquée jusqu'ici, parce qu'elle a dissocié les problèmes les uns des autres et raté l'occasion de fournir au citoyen une perspective d'ensemble. Dans ces conditions, la TVC a une visée de politisation, à court terme, en vue de réaliser un projet collectif global. La TVC est un moyen de contestation de la société actuelle à partir d'une représentation plus ou moins précise de la société idéale. Stratégiquement, la

(1) Claude Castonguay, Allocution prononcée au Club Richelieu de Québec, le 18 janvier 1971, cité dans La crise d'Octobre, de Gérard Pelletier.

(2) Gérard PELLETIER, La crise d'octobre, Editions du Jour, 1971, p. 45.

TVC s'intéresserait prioritairement aux réalités et aux problèmes susceptibles de provoquer rapidement une prise de conscience collective. Au Lac St-Jean, l'affaire de la Kruger et les politiques gouvernementales en matière de concessions forestières, par exemple, seraient des thèmes à exploiter.

Dans ce cadre, l'animation sociale n'est plus un moyen justifiable scientifiquement, un moyen d'assurer une plus grande efficacité dans la mise en place de mécanismes d'information et de consultation. L'animation est plutôt au service de la participation perçue comme "un objectif à poursuivre, justifiable idéologiquement à partir d'une option pour l'idéal démocratique" (1). Cette forme d'animation est en rupture avec le modèle traditionnel du pouvoir:

> Si l'on veut bien considérer la participation comme autre chose que comme simples relations humaines ou ensemble de "trucs" pour intégrer les individus et les collectivités locales dans des programmes ou des activités de type assistanciel ou éducatif..., on ne peut éviter l'analyse de la structure du pouvoir; on ne peut éviter non plus de considérer les freins que cette structure du pouvoir oppose actuellement à toute tentative de participation qui, de près ou de loin, semblerait mettre en cause les classes dirigeantes et leurs privilèges (2).

(1) André DESHAIES, "Participer: pourquoi?", Relations, Numéro spécial, Mai 1970.

(2) Albert MEISTER, Participation, Animation, Développement, Editions Anthropos, Paris, 1969, p. XIII.

Une telle représentation de la TVC-animation sociale peut probablement apparaître, à première vue, plus difficilement compatible avec le concept d'une télévision communautaire. En réalité, ce concept ne réfère pas nécessairement au consensus de toute une collectivité, mais plutôt au consensus qui peut s'établir à l'intérieur des organismes-membres du conseil de gestion de la télévision communautaire. De plus, il est évident qu'une telle perspective de contestation globale est soumise aux conditions objectives de réalisation d'un projet semblable dans un milieu donné. Cette perspective devra aussi composer avec les limites inhérentes au medium "télévision communautaire".

C) La TVC-information:

> Lorsque les hommes croient que le soleil tourne autour de la terre ou que les amulettes guérissent le cancer, le mal social n'est pas grave, parce que l'erreur est générale. Des malheurs peuvent survenir de la discordance entre la nature et les hommes, mais non, sur ce point-là du moins, des différences d'information entre les hommes.
>
> Aujourd'hui que gouvernements et gouvernés sont informés de façon très différente, le drame est permanent. C'est, de toutes les dislocations fruit du développement, la plus lourde de ruptures violentes (1).

(1) A. SAUVY, "Les aventures de la contre-information", Economie et Humanisme, avril 1970, p. 71.

Dans cette optique, la télévision communautaire se transforme en un véritable centre d'information susceptible à la fois de répondre aux besoins des individus et des groupes. Dans le cas des individus, l'information se situe à plusieurs paliers. Elle comporte d'abord une action de dépannage en satisfaisant aux demandes de renseignements en matière de budget, d'assistance sociale, de protection du consommateur, etc., ou encore en diffusant des conseils pratiques sur divers sujets. L'information vise aussi à contribuer à la compréhension des rouages administratifs ou politiques mis en cause par les réclamations et les revendications des citoyens. La TVC-information dépasse enfin la mécanique des rouages pour fournir un éclairage général sur un ensemble de phénomène ou de réalités socio-économiques; il s'agit en quelque sorte d'une explication des "règles du jeu" elles-mêmes du système social actuel.

Au niveau des groupes, cette approche de la télévision communautaire comble certes des besoins précis d'information, mais elle consiste surtout en un soutien technique permettant aux organismes de mettre au point leurs propres mécanismes d'information. La TVC servirait d'abord de guide en aidant les organismes à tirer un rendement optimal des ressources de communication déjà en place. La

TVC pourrait aussi apporter un soutien direct dans le développement de nouveaux instruments d'information et de communication. Par exemple, l'implantation d'un "Video-Bus" s'avérerait certes très rentable, tant au sein même des divers organismes que sur le plan des relations entre les éléments d'une communauté (comme les instances gouvernementales, les corps intermédiaires, les associations, etc.). Le "Video-Bus" apparaît comme un outil moderne de communication par comparaison, par exemple, au bulletin ou au journal publié par un organisme (tout en étant complémentaire).

Dans ce contexte, la production d'émissions est faite en fonction d'un schéma relativement précis. Le choix des organismes sollicités pour participer à la TVC est fonction des demandes formulées par la population et des priorités établies par les animateurs du projet. La participation d'une association à la télévision communautaire est d'abord conçue comme un service à la population avant d'être une occasion de soigner sa publicité. La production d'émissions ne représente toutefois qu'une dimension de la TVC-information. La télévision communautaire est également un centre de production de documents spécialisés, un centre de référence et un centre de consultation technique à la disposition des individus et des groupes.

On peut facilement imaginer les modalités de fonctionnement de ce modèle de TVC, si l'on se réfère à des expériences comme Metro-Media ou comme celle où l'information de citoyens défavorisés se faisait sur les lieux mêmes des agences de service social.

D) La TVC-expression:

Ce modèle de la télévision communautaire prend une double forme, selon que le point de départ de la démarche est axé sur l'individu-membre d'une collectivité ou sur la communauté elle-même. Nous désignons ces deux types de TVC-expression sous les vocables respectifs de TVC-échanges et de TVC-"happening".

La TVC-échanges:

Cette conception de la TVC-expression laisse au medium un rôle de catalyseur du dynamisme socio-culturel d'un milieu, un peu à la manière de LS-Radio (Québec) en 1970/71. Le contenu de la communication devient secondaire; il peut aussi bien s'agir d'un échange d'opinions sur la façon d'embellir le village que d'échange de renseignements (entre deux auditeurs) sur des objets à vendre ou

d'une discussion sur le rôle de la femme dans la société actuelle. Le contenu véhiculé par la télévision communautaire est subordonné aux besoins des personnes qui s'expriment et l'intensité des échanges dépend du désir plus ou moins prononcé d'une population de se placer en situation de communication. La TVC est d'abord un moyen d'expression et de communication entre les membres d'une communauté considérés individuellement.

On voit dès lors la stratégie d'action qui en découle logiquement: nécessité de permettre l'hétérogénéité des sujets, importance plus grande d'obtenir l'adhésion d'un auditoire, de rendre la population familière avec ce nouveau moyen de communication qu'est la télévision communautaire, en un mot faire de la TVC une présence familière dans le but de la transformer en une place publique électronique qui puisse contribuer à l'amélioration de la vie et des rapports humains.

Ce modèle de TVC repose largement sur la qualité des animateurs et leur capacité de structurer un cadre de communication suffisamment large pour favoriser tous les types d'échanges et suffisamment cohérent pour soutenir un processus continu. La TVC-échanges suppose une présence presque constante des animateurs dans les émissions,

contrairement à la situation des animateurs de la TVC-animation sociale, par exemple. Les documents préparés par les associations deviennent ici uniquement un matériau d'appoint dont se sert l'animateur pour établir la communication entre les téléspectateurs.

La TVC-"happening":

La caractéristique essentielle de cette approche, c'est de rassembler un certain nombre de personnes d'une localité ou d'un quartier pour participer à une expérience commune dont le contenu importe peu. Il est néanmoins probable que le domaine des variétés ou une discussion sur un sujet d'actualité se prêtent mieux à la phase de décollage d'un tel processus. Une équipe de la TVC est chargée de faire le tournage proprement dit au moment où chacune des localités ou chacun des quartiers est en mesure de réaliser l'expérience projetée. Les premiers documents produits peuvent servir à alimenter en "feedback" le processus amorcé par un groupe. Les documents seraient également diffusés par le câble et discutés ou critiqués par la population. Cette diffusion publique est une autre source de "feedback" pouvant nourrir la démarche des groupes.

Cette approche est peut-être moins conventionnelle que la précédente et par conséquent plus difficile à réaliser. L'utilisation du magnétoscope à des fins de rassemblement et de communication entre quartiers ou localités a par ailleurs une certaine ressemblance avec la fonction qu'exerçaient sur la vie sociale d'un village les tournées des troupes de vaudeville, avant l'avènement de la télévision: "La radio en était encore à ses premiers vagissements et toutes les familles n'avaient pas un poste leur permettant de capter les émissions diffusées dans les capitales. Aussi, les populations voyaient-elles arriver avec enthousiasme les troupes de comédiens qui leur proposaient chansons, blagues, farces, en plus du petit prodige du coin" (1). C'est à la re-création de cette atmosphère de fête, transposée au plan de la communication sociale et politique (du moins comme visée), qu'on peut rattacher l'idéologie du "happening" sous-jacente à ce modèle de télévision communautaire.

Comme point de référence plus contemporain, on pourrait évoquer les tournées du Grand Cirque Ordinaire. La formule même développée par cette troupe populaire peut être valable pour une TVC. Le point de départ de

(1) Martine CORRIVEAULT, "Une carrière consacrée à rendre les gens heureux", le Soleil, 4 décembre 1971.

"T'en rappelles-tu Pibrac" est basé sur la situation socio-économique vécue par la population du village de Pibrac. On pense spontanément au village de St-Thomas (dans le secteur Normandin) dominé par un seul employeur. La force de "conscientisation" des expériences du Grand Cirque possède, semble-t-il, une certaine intensité: "Et si clichés il y a, ils ne servent finalement ici que de rampe de lancement vers une acuité de perception d'une problématique socio-politique à ce point juste dans ses implications qu'il est exaltant de savoir que quelques québécois sont capables de créer un théâtre qui, au-delà du spectacle proprement dit, soit une force agissante" (1). Même si de tels spectacles sont peut-être aussi exigeants pour les spectateurs que les acteurs, la télévision communautaire présente évidemment l'avantage d'agrandir le monde des acteurs impliqués dans un semblable "cheminement culturel" communautaire.

E) <u>La TVC-éducation</u>:

> When a group of adults meet together on a regular basis to discuss radio or television programs for educational purposes, this activity is called a listening group. It is usually conducted under the leadership of a lay person, sometimes with the assistance of supplemental printed materials and with

(1) Michel BEAULIEU, "N'importe où, faites-lui un triomphe"; <u>Le Devoir</u>, 5 décembre 1971.

> arrangements for two-way communication (feedback) between the listeners and the broadcasters... Several discernible trends appear when these recent projects are compared with those organized before 1966. There is now much more interest in listening groups in the United States, especially at the local nevel... (1).

Le modèle d'une TVC-éducation apparaît d'abord comme une pédagogie active adaptée aux besoins éducatifs exprimés par les milliers d'adultes inscrits actuellement aux cours de l'Education permanente. Le processus éducatif s'appuie sur les expériences personnelles des citoyens qui s'échangent des impressions et des opinions sur des phénomènes reliés à la psychologie de l'enfant ou à la consommation, par exemple. On imagine facilement aussi la participation des organismes du milieu et des animateurs de la TVC à "l'illustration vivante" du cours donné dans les services d'éducation permanente "Le citoyen face au pouvoir". Il s'agit d'un processus vécu d'information plutôt qu'une formation transmise dans un cours formel, même si une démarche personnelle vers l'information peut s'accompagner d'exposés faits par des spécialistes. On peut même envisager que les activités de discussion d'un groupe se doubleraient d'une démarche pour recueillir les informations nécessaires à la compréhension des réalités étudiées.

---

(1) John F. OHLIGER, "The Power Plants of Democracy: Recent Applications of the Listening Group in Adult Education", Educational Technology, July 1971, pp. 24-25.

Les documents destinés à faciliter les discussions des groupes proviennent d'au moins trois sources. Ils sont d'abord produits par les animateurs de la TVC, en collaboration avec l'Education permanente et avec l'aide de personnes-ressources ou d'organismes du milieu. Dans le domaine de la consommation, par exemple, un mouvement comme l'A.C.E.F. (Association coopérative d'économie familiale) se montrerait sûrement intéressé à soutenir les activités amorcées dans le cadre de la télévision communautaire. Il pourrait parfois arriver que l'un des membres d'un groupe de discussion ait l'occasion d'agir comme participant dans un document préparé sous l'entière responsabilité de la TVC et des organismes-collaborateurs.

La production de documents magnétoscopiques est aussi assumée par les membres des groupes de discussion, avec l'apport technique des animateurs de la TVC. L'utilisation du magnétoscope s'inscrit dans la démarche du groupe vers l'information qui lui manque. Ces documents servent pour les besoins du groupe seulement ou sont distribués au réseau de groupes de discussion ou encore sont diffusés par le câble. Enfin, certaines réunions des groupes représentent une troisième façon d'obtenir des documents susceptibles d'activer les discussions.

D'une certaine façon, la TVC-éducation est une réédition de la formule Télé-Club expérimentée à Tévec. Malgré les faibles moyens accordés au Télé-Club et par conséquent malgré la structuration parfois déficiente de la formule, certains groupes de discussion ont connu un immense succès.

-V-

La télévision communautaire, UNE ORGANISATION

Ce niveau de réalité va nous permettre de considérer trois éléments qu'implique une télévision communautaire définie comme une organisation: les visées idéologiques, les objectifs et la stratégie d'action. Nous n'envisagerons toutefois pas en détail le système administratif de la TVC (i.e. la définition des rôles et des tâches, le mode de contrôle exercé par les responsables du projet, etc.) et les phénomènes de groupe qui accompagnent une telle expérience (i.e. l'atmosphère, la cohésion, le leadership, etc.). Compte tenu de l'importance du "membership" et des communications au sein de la TVC, nous avons traité ces facteurs organisationnels dans des sections distinctes (la TVC, des artisans et la TVC, un processus de communication).

1) Les visées idéologiques:

Ce qui a caractérisé la dimension idéologique de l'expérience de Normandin, c'est la confusion la plus totale qui n'a commencé à se dissiper qu'après environ dix mois d'opération. Au-delà d'une opposition à la propriété privée des mass media et à leur utilisation exclusive pour diffuser des messages, on ne retrouve pas le fondement idéologique articulé d'un projet de télévision commmunau-

taire (1). La confusion tient essentiellement à l'oscillation constante entre quelques contextes idéologiques qui présentent des points de vue ou des lectures complémentaires de la réalité sociale, mais qui deviennent pratiquement impossibles à concilier en termes de démarches d'action cohérentes susceptibles de rallier un groupe d'individus autour d'un projet collectif.

Prétendre mener de front plusieurs démarches, c'est se contenter de définitions fort vagues d'une réalité comme l'animation, par exemple: "Faire de l'animation, c'est faire de la communication", "Animer, c'est vouloir travailler avec les gens". La différence entre diverses démarches s'observe aisément au niveau de décisions comme le choix de l'entité territoriale de base: dans le cas de la TVC-expression ("happening") ou de la TVC-éducation, par exemple, il est nécessaire de travailler à partir des unités locales (St-Thomas, Girardville, Normandin), alors que du point de vue de la TVC-animation sociale l'insistance sur l'ensemble du secteur s'impose de soi.

(1) Quelques individus possèdent certes une vision personnelle de l'orientation idéologique du projet, mais ces représentations de la situation, d'ailleurs assez peu explicites, ne constituent pas une visée idéologique propre au projet, connue de tous les artisans du projet.

Par ailleurs, la logique interne des idéologies en cause, les stratégies spécifiques qu'elles commandent, les techniques différentes qu'elles supposent et les ressources particulières qu'elles nécessitent nous empêchent de souscrire à l'hypothèse qu'une approche idéologique puisse déboucher nécessairement, automatiquement sur une autre. Cette imperméabilité des approches est particulièrement vive dans certains cas. Par exemple, la TVC-tribune n'est guère susceptible de se muter instantanément en TVC-animation sociale. L'hypothèse du transfert d'un accroissement des communications vers une prise de conscience collective présuppose que les mass media peuvent faire changer à eux seuls la vie sociale.

L'oscillation constante de la TVC entre plusieurs contextes idéologiques se traduit concrètement par une dissociation spectaculaire entre le niveau des intentions et celui du fonctionnement. En effet, le projet emprunte ses intentions à une approche qui s'apparente à une démarche d'animation sociale d'un milieu et à un effort pour y changer les structures sociales et politiques, alors que le fonctionnement de la TVC reflète beaucoup plus une action qui vise avant tout à accroître les communications entre les membres d'une communauté, sans que cette action soit axée sur des objectifs précis de changement. La

conception sous-jacente au <u>fonctionnement</u> du projet de Normandin relève beaucoup plus de la TVC-tribune que de la TVC-expression (échanges).

A St-Félicien, la confusion idéologique est beaucoup moins évidente. On a dilué à ce point la notion d'animation sociale qu'elle a rejoint facilement le modèle de la TVC-tribune. Après quelques mois d'expérimentation de la télévision communautaire, on a néanmoins orienté le projet dans une direction (Prospection industrielle) qui éventuellement pourrait faire éclater ce modèle de TVC.

2) <u>Les objectifs de la TVC de Normandin</u>:

C'est à travers la formulation des objectifs qu'on peut le plus facilement retracer l'explication de l'ambivalence idéologique de l'expérience de Normandin. <u>Dans un premier temps</u>, nous montrerons que la définition des objectifs appartient largement au contexte d'une TVC-animation sociale. <u>Dans un deuxième temps</u>, nous présenterons trois niveaux d'explication du fait que cette volonté de situer la TVC à ce niveau idéologique n'a pas débouché sur un fonctionnement quotidien cohérent avec les postulats du départ.

A) La définition des objectifs dans une perspective d'animation sociale:

Dans un document destiné à faire le point sur le projet de télévision communautaire, on précise clairement qu'il importe "de définir ou d'identifier des objectifs ou cibles de changements à partir de la problématique de ces milieux" (1). Dans un autre document, on réaffirme avec vigueur la nécessité de déterminer des objectifs de changement: "Une chose est certaine: la télévision communautaire doit viser des objectifs précis de changement sans quoi on tombe dans le panneau de l'improvisation et de la platitude" (2).

C'est en fonction de ces changements à opérer dans le milieu que les deux objectifs prioritaires définis par les responsables de la TVC sont la participation et la communication comme prérequis nécessaires à la transformation socio-politique des structures de la communauté: "La participation des citoyens à tous les niveaux de la vie du milieu est une condition indispensable au développement de ce milieu en fonction des hommes qui y vivent. La communication,

(1) Jean-Pierre LAMONDE, Le point sur les projets de la télévision communautaire au Lac Saint-Jean, 20 octobre 1970.

(2) Jean-Pierre LAMONDE et Maurice VILLENEUVE, Projet de télévision communautaire, texte préparé pour la rencontre du 3 novembre 1970, à Normandin, p. 3.

en même temps qu'elle est un but, devient un moyen pour réaliser cet objectif de participation au développement. La communication peut être favorisée à plusieurs paliers: communication entre les structures politiques en place (ministères, municipalités, commissions scolaires, etc.); communication entre jeunes et adultes, communication entre l'école et le milieu, parents et enfants... (1).

Ces objectifs sont opérationnalisés dans les propositions formulées au comité de programmation par les deux animateurs du projet de la TVC: "Nous suggérons à ce dernier (comité de programmation) de réfléchir sur la possibilité de réaliser ces objectifs (participation et communication) en axant la programmation sur l'information et les événements: a) l'information concernant l'organisation de la communauté (affaires municipales, commission scolaire scolaire, éducation, pastorale, etc., b) information de l'extérieur à retentissement dans le milieu (affaires gouvernementales, action des ministères et des organismes, etc.), c) les événements sociaux (caractère local, régional national)" (2).

(1) Jean-Pierre LAMONDE et Maurice VILLENEUVE, op. cit.

(2) Idem.

B) Trois niveaux d'explication de la distorsion constatée dans la poursuite des objectifs de la TVC:

Comme l'indique bien le "nouveau départ" tenté en avril 1971, les objectifs visés n'ont pas été atteints. Comment expliquer la déviation de la TVC vers un modèle de fonctionnement situé presque à l'opposé des intentions initiales? (1).

Un premier niveau d'explication met en évidence la place faite à l'expression individuelle présentée comme un résidu juxtaposé aux objectifs d'animation sociale dévolus à la TVC. C'est ainsi qu'après avoir insisté sur la nécessité de poursuivre des objectifs précis de changement, les animateurs de la TVC ajoutent: "Il est de plus évident qu'il doit y avoir place dans la programmation pour des émissions à caractère plus libre pour permettre au maximum l'expression du milieu et la découverte des voies nouvelles d'action" (2). Devant les difficultés éprouvées dans la réalisation des objectifs premiers de la TVC, les objectifs résiduaires auraient progressivement et de façon anarchique pris une place de plus en plus grande.

(1) D'ailleurs, cette situation a évidemment empêché le modèle de TVC adopté au niveau du fonctionnement d'être vraiment assumé.

(2) Jean-Pierre LAMONDE et Maurice VILLENEUVE, op. cit.

Mais cette première explication ne rend pas compte de la difficulté d'atteindre les objectifs essentiels de la TVC. Ce qui est surtout en cause ici, c'est le faible degré d'opérationnalisation des objectifs de changement recherchés par les promoteurs de la TVC: "Les objectifs... ne peuvent déclencher la mise en oeuvre de moyens d'action spécifiques et adaptés que s'ils ont atteint un certain degré d'opérationnalité. Des objectifs trop globaux risquent de demeurer symboliques, donc, de n'avoir qu'une existence verbale, intentionnelle, sans liens véritables avec la réalité. La globalité et l'abstraction entraînent souvent, au niveau de l'action pour le moins, le flou, l'imprécision, l'inconsistance. On peut dire aussi qu'un objectif n'est opérationnel et ne peut donner lieu à des actions vraiment efficaces que si des efforts concrets sur un environnement défini peuvent être définis avec un minimum de précision..." (1). La détermination d'objectifs comme la participation à la vie du milieu et comme l'accroissement des communications entre les jeunes et les adultes, ou entre les diverses structures politiques, ne révèle certes pas un degré suffisant d'opérationnalisation des objectifs. De même la

(1) J.J. MOREAU, R. TESSIER et B. TREMBLAY, L'évolution d'une stratégie de changement, Co-publication du Ministère de l'Education et des Editions de l'Institut de Formation par le Groupe, 1970, p. 98.

distinction établie entre trois types d'information (celle qui regarde l'organisation de la communauté, l'information venant de l'extérieur et les événements sociaux) demeure trop générale pour diminuer le caractère symbolique des objectifs de participation et de communication.

Enfin, à un troisième niveau d'explication, il faut voir que le faible degré d'opérationnalisation des objectifs tient à divers facteurs dont le plus important est la croyance en la toute puissance du medium télévision. On aurait substitué les pouvoirs surestimés de la télévision aux impératifs et aux règles de fonctionnement de l'animation sociale. On aurait ainsi presque volontairement négligé de délimiter les secteurs où des changements étaient souhaités, d'identifier les dynamismes du milieu, de circonscrire la population d'abord concernée, de situer les courants de résistance au changement, d'évaluer les ressources d'animation disponibles, etc., escomptant sur la vertu "magique" du medium pour provoquer un changement quelconque. Un deuxième facteur explicatif de la faible opérationnalisation des objectifs mettrait en cause le type de changements visés qui, parce qu'il ne se situe pas directement au niveau de projets de développement d'une communauté mais au niveau d'un prérequis à un tel développement (la participation et la communication

sont les deux objectifs de la TVC), dispenserait d'une opérationnalisation en profondeur. Un dernier facteur, d'ordre plus psychologique, fait intervenir le climat euphorique engendré par le succès immense de la semaine intensive de production. Une telle atmosphère incitait à court-circuiter la phase du consensus sur les objectifs et s'avérait ainsi peu propice à une élaboration détaillée d'objectifs précis de changement.

Par ailleurs, la nouveauté même de l'expérience canalisait beaucoup d'énergies vers la résolution du problème de la survivance. On n'a qu'à songer à la question de l'installation d'un émetteur permettant de "couvrir" l'ensemble du secteur Normandin ou encore à "la campagne d'achat chez nous" destinée à financer en partie la télévision communautaire.

3) <u>La stratégie d'action de la TVC:</u>

La confusion idéologique du projet et la définition en des termes trop généraux des objectifs devaient évidemment compromettre l'élaboration unifiée d'une stratégie d'action. Mais il était impossible que le travail à la TVC ne s'inspirât pas d'une stratégie, ou de plusieurs à la fois, même si elles demeuraient à l'état implicite. Nous

analysons ici, dans ses principales composantes, ce qui est apparu comme la démarche d'implantation effectivement mise en oeuvre. Deux stratégies se sont entremêlées, nous semble-t-il, pour diriger l'évolution de la TVC: les activités d'implantation de la structure de la TVC et les activités d'animation proprement dite.

A) Stratégie organisationnelle

Le premier volet de la démarche d'ensemble de la TVC a consisté en une tentative pour doter le projet d'une existence légale et de structures opérationnelles devant assurer le développement rapide de la TVC. C'est ainsi que la semaine intensive de production a été immédiatement suivie d'une période active sur le plan de l'organisation. On mit sur pied un comité provisoire et ensuite un comité d'implantation chargés de garantir la permanence de la TVC. On prépara un projet de formation d'une compagnie de préférence à la formule coopérative en s'appuyant sur quelques principes de base comme la dissociation de la contribution financière et de la participation aux émissions. On conçut des mécanismes de représentation des organismes socio-économiques au sein du conseil d'administration. On classifia les tâches qui devaient

être remplies par ce conseil: coordination, administration, relations extérieures et programmation. D'une façon générale, il se dégage un souci réel de mettre en place une solide organisation.

Mais cette stratégie orientée vers la mise sur pied rapide de structures organisationnelle s'est arrêtée à mi-chemin, au moins à deux points de vue: la phase de sensibilisation du milieu à la télévision communautaire a été interrompue trop tôt et on a négligé de choisir les contenus en fonction des problèmes définis par les groupes du milieu.

Une phase véritable de prise de contact des organismes socio-économiques et de la population avec l'idée de la TVC aurait permis de faire prendre conscience de la signification du projet, des potentialités qu'il recèle et aussi des difficultés inhérentes à une telle expérience. A titre d'illustration des problèmes d'incompréhension suscités par le fait d'avoir écourté cette phase capitale, on peut citer le cas du coût d'un projet semblable. Mais en plus de familiariser une population à ce mode nouveau d'utilisation de la télévision, une telle étape aurait permis de faire l'inventaire des problèmes réels du milieu et ainsi

de résoudre le problème du contenu à véhiculer via la télévision. Concrètement, la réunion préparatoire à la formation du conseil d'administration aurait dû être répétée plusieurs fois et surtout diversifiée dans ses objectifs.

La deuxième pierre d'achoppement de cette stratégie a été le choix des contenus d'émissions. On a pu aisément constater qu'il y avait eu, à travers les discussions sur l'implantation de la télévision communautaire, une amorce de définition des problèmes vitaux du milieu. L'utilisation de la télévision à des fins de changement social aurait pu être appuyée sur ce processus de définition des problèmes. Dans l'ensemble, on n'a pas réussi à récupérer ces problèmes pour en faire des contenus d'émission en rapport avec les préoccupations vitales du milieu. La cause principale semble être le manque de mécanisme pour le choix et l'élaboration des contenus. En effet, les mécanismes mis en place au niveau de la programmation à établir ne permettaient pas de procéder à une analyse approfondie des thèmes à retenir et à une étude du mode de traitement de ces sujets, etc. Le processus de programmation était réduit à une réunion des artisans (à tous les 2 ou 3 mois) et à l'initiative du directeur de la programmation qui avait tout le loisir de définir le contenu des émissions à partir d'une

liste de secteurs d'activités choisis par les artisans. C'est à ce niveau de la programmation que résidait pourtant l'une des phases essentielles de l'approche TVC-instrument d'animation sociale.

Comme il n'y avait pas de lien opérationnel entre les objectifs de la TVC (animer le milieu en fonction de ses problèmes vitaux) et la production des contenus, la norme implicite est devenue celle de la quantité. Cette norme était renforcée par la croyance en la "spontanéité libre" au niveau de la production des contenus. N'importe qui peut préparer n'importe quoi, même s'il n'est pas du tout certain que l'émission puisse intéresser une partie suffisante de la communauté. Ce mythe de la participation communautaire est entretenu sous prétexte qu'il est primordial de créer des habitudes d'écoute et que pour y arriver une certaine quantité de production s'impose. Si la cote d'écoute est réellement un facteur essentiel, il n'est pas aussi sûr que le seul moyen d'en tenir compte passe par le quantitatif ou du moins par n'importe lequel quantitatif.

Cette négligence du contenu prenait en réalité une dimension différente selon les tendances idéologiques de chacun. Dans le cas des partisans de la TVC-instrument d'animation sociale, cet "oubli" du contenu apparaît

difficilement explicable. On a plus ou moins justifié l'absence de choix méthodique du contenu en se basant sur l'hypothèse qu'un contenu "banal", du point de vue de l'animation, céderait éventuellement la place à un contenu plus pertinent, i.e. un contenu plus près des enjeux vitaux de la communauté. De plus, certains responsables de la TVC ont été amenés à consacrer beaucoup plus de temps qu'ils ne l'auraient souhaité à tenter de résoudre des problèmes d'envergure comme le financement et l'instauration permanente d'un appareil technique viable.

Pour la plupart des artisans de la TVC, spontanément portés vers une télévision consacrée à l'expression libre et à la communication, il était naturel qu'on ne choisisse pas plus systématiquement les contenus d'émissions. La grande diversité des sujets abordés de même que la façon plus ou moins systématique de les traiter constituaient des éléments de base de leur option idéologique. Toutefois, on peut émetre l'hypothèse que cette spontanéité perçue d'une façon un peu mythique ne contribuait pas nécessairement à obtenir une communication maximale à l'échelle de la communauté.

B) Stratégie d'animation

Le deuxième volet de la démarche d'ensemble de la TVC comprend un ensemble d'activités orientées directement vers l'animation du milieu. Il n'est pas toujours facile de distinguer clairement les activités qui sont de l'animation de celles qui ne le sont pas. C'est en voyant la finalité poursuivie qu'on peut faire le partage. Ainsi on regroupe sous le couvert de l'animation les actions qui tendent à modifier l'environnement social en fonction de certaines cibles de changement. Il nous a semblé qu'on pouvait identifier deux courants d'animation à la TVC: une animation centrée sur les groupes et une animation centrée sur la télévision elle-même.

Animation centrée sur les groupes

Cette animation se fait surtout auprès des gens qui participent directement à la TVC (artisans ou participants occasionnels). On travaille alors à aider des personnes à se former en groupes, on les aide à faire évoluer leur perception des problèmes du milieu et à formuler ces problèmes, on les aide à trouver une façon cohérente de s'exprimer, surtout à travers la TVC, on encourage certaines personnes à prendre des responsabilités dans leur groupe et vis-à-vis le milieu, etc. L'aide ainsi

apportée a normalement pour effet de susciter la participation à la TVC, et de faire fructifier les activités déjà amorcées, mais ces effets sont visés à long terme plutôt qu'à court terme. Bien qu'elles se fassent autour de la production d'émissions, ces activités ne sont pas exclusivement centrées sur des contenus à produire.

La télévision elle-même a deux fonctions complémentaires dans ces démarches d'animation. Elle est d'abord l'occasion qui permet le regroupement d'un grand nombre de personnes autour d'une tâche commune. Les personnes se regroupent d'abord dans le but de faire fonctionner la TVC et de produire des contenus d'émission. Cette situation provoque la formation de groupes et l'émergence de leaders qui ne seraient probablement pas apparus sans cette occasion. Il s'agit aussi d'une situation qui accélère la prise de conscience des problèmes du milieu par l'effet du travail en groupe et de la nécessité de produire des contenus. En plus d'être une occasion pour l'animation centrée sur le travail des groupes, la télévision est un amplificateur de la démarche de certains groupes. En effet, lorsqu'elles sont projetées à l'écran, les perceptions développées dans un groupe prennent une force et une signification pour le milieu qu'elles n'auraient pas eu si elles étaient restées dans le groupe.

En investissant des efforts dans l'animation centrée sur les groupes, on espère que les apprentissages faits en groupe, pour se structurer et pour développer leur perception du milieu, vont permettre au groupe de continuer de façon autonome, sans le support des animateurs. On espère, en d'autres mots, que ces groupes, ou du moins les leaders de ces groupes, vont devenir des animateurs dans leur milieu. On s'attend à ce que leur action continue à alimenter la TVC mais il serait aussi normal qu'elle débouche dans d'autres cadres d'action.

Animation centrée sur la télévision elle-même

Ce courant d'animation englobe les efforts que font les animateurs pour "amener sur la place publique", à travers le medium, les problèmes qui touchent au vif la communauté. On tente alors de créer un impact direct sur la communauté en faisant de la télévision elle-même le lieu principal d'animation. On mise implicitement sur l'effet d'entraînement collectif du medium pour amener les personnes à changer. A la limite, la communauté, utilisant le medium, s'animerait elle-même. Puisque, selon ce style d'animation, les leviers principaux du changement dans la communauté sont les émissions qui atteignent les gens dans leur vraies préoccupations, on tente de fournir à la communauté un modèle d'utilisation de sa télévision. En

travaillant avec les gens à produire les émissions, on espère qu'ils apprendront à utiliser la TVC pour définir les problèmes du milieu et pour les faire paraître au grand jour.

Cette distinction entre deux courants d'animation est forcément artificielle. D'abord, parce que l'une ne peut exister sans l'autre; par exemple, on ne peut concentrer les efforts sur la télévision elle-même sans travailler avec des groupes de gens à produire des contenus. Aussi, dans le quotidien de la TVC les deux séries de démarches sont poursuivies sans qu'on les distingue vraiment, elles sont entremêlées l'une à l'autre. Mais, bien que ces deux courants ne soient pas distincts dans le vécu de la TVC, on peut se demander s'il n'y aurait pas avantage à les distinguer et même à opérer des choix en concentrant les efforts sur un style d'animation plutôt que sur l'autre. Certes, un choix pertinent de style d'animation demanderait que soit éclaircie l'ambiguité idéologique du projet et que les objectifs soient définis plus précisément. Mais on peut tout de même voir ce qu'aurait pu donner un choix plus clair à ce niveau pour la poursuite efficace de ce qui a été amorcé à l'occasion de l'implantation de la TVC, et ce, au plan de la sensibilisation du milieu comme à celui des contenus.

D'une part, si on avait voulu concentrer les efforts sur l'animation par les groupes du milieu, on aurait logiquement poursuivi la phase de sensibilisation et on aurait continué le processus de définition des problèmes du milieu à travers les discussions en groupe. D'autre part, si on avait voulu faire de la télévision le levier principal de changement, on aurait mis au point des mécanismes pour choisir et articuler les contenus en fonction de cibles déterminées de changement. Or, comme on l'a vu, le travail auprès des groupes du milieu a été progressivement abandonné et le choix des contenus a été laissé à la spontanéité des artisans. On n'a donc pas donné de suite cohérente ni à l'une ni à l'autre visée d'animation, probablement faute d'avoir clairement choisi d'insister sur l'une des deux. On a continué un certain travail auprès des groupes mais, progressivement, tous les efforts ont été accaparés par le medium lui-même, sans toutefois que les contenus d'émission puissent en faire un instrument d'animation. En fin de compte, on s'efforce de maintenir le medium ouvert et presque tous les contenus sont bons, pourvu qu'on maintienne un certain volume.

L'incohérence au niveau stratégique, en partie inévitable à cause de la confusion idéologique et de l'expression symbolique des objectifs du projet, devait évidemment aboutir à la crise d'avril (1971) qui déboucha à la suite d'une évaluation rapide de plusieurs responsables de l'ONF, sur la décision de tenter un nouveau départ. Si cette réorientation apparaît assez radicale sur le plan technique (ex: diffusion en direct) et sur le plan de l'approche du milieu (ex: point de départ beaucoup plus local que sectoriel), elle conserve beaucoup d'ambiguité au niveau idéologique et à celui des objectifs. Toutefois on se propose de consacrer beaucoup d'énergies à l'aspect contenu tout en réaffirmant l'importance de privilégier les enjeux collectifs du milieu.

En pratique, les premières semaines d'expérimentation de la nouvelle orientation atténuent cette volonté de mettre en valeur le "contenu collectif vital". Le nouveau départ confirme également l'éclatement des structures organisationnelles de la TVC. La "mise à l'écart" d'une instance comme le conseil d'administration indique bien l'intention des responsables de la TVC de ne pas essayer de récupérer la phase de la sensibilisation de la population à la télévision communautaire. Par ailleurs, l'épuisement des ressources du bénévolat a nui considérablement

au succès du nouveau départ. L'une des dernières chances de survie de la TVC, à Normandin, réside dans le collaboration obtenue d'un groupe d'étudiants du CEGEP de retour dans leur milieu.

En résumé, la démarche d'action de la TVC a été beaucoup trop axée sur la constitution d'un cadre légal et organisationnel, au détriment de certaines phases essentielles. De plus, la démarche adoptée a plus ou moins échouée si l'on considère la phase de "fonctionnement parallèle" des structures de gestion qui précéda leur éclatement définitif. Par exemple, le conseil d'administration était non seulement coupé de la réalité socio-économique extérieure (en partie à cause de l'absence d'une phase de prise de contact avec le milieu) mais était aussi passablement éloigné des préoccupations quotidiennes vécues par les artisans du projet. Ce conseil était rapidement devenu un "rituel" juridique pour personnes intéressées de loin ou d'une façon un peu théorique par l'expérience. Cette situation s'explique largement par "l'oubli" de renouveler le membership, comme on avait prévu le faire en admettant au sein du conseil quelques artisans de la base.

-VI-

La télévision communautaire, UN PROCESSUS DE COMMUNICATION

Quel que soit le contexte idéologique où se situe la télévision communautaire, (TVC-animation sociale, TVC-information, TVC-expression, etc.), la communication entre les gens constitue le processus de base que chacun va tenter de susciter et de développer à sa façon. Selon certaines visées idéologiques, la communication est nécessaire comme préalable à un projet de développement de la communauté; selon d'autres visées, l'expression libre et la communication des gens entre eux sont recherchées pour elles-mêmes. A l'intérieur des premières, certains contenus de la communication seront privilégiés comme pouvant servir de leviers de changements sociaux; à l'intérieur des secondes, peu importe sur quoi porte la communication puisque c'est la liberté de s'exprimer qui est considérée comme le ferment d'un nouveau style de vie.

Les réflexions formulées ici sur le processus de communication ne seront pas très systématiques. Elles vont être composées de deux choses plus ou moins entremêlées: d'une part des impressions sur les difficultés et les enthousiasmes ressentis à travers ce que nous avons vécu du processus de communication à la TVC; (des impressions analogues sont exprimées librement par ceux qui vivent tous les jours l'expérience de la TVC); d'autre part, l'esquisse d'un schème d'analyse du problème de la communication tel qu'il se présente dans la pratique de la télévision communautaire.

Nous n'entendons pas utiliser une définition très formalisée du terme "communication", mais il serait utile de posséder au moins une définition minimale de cette notion. La théorie de l'information nous semble fournir un bon point de départ: la communication est un processus par lequel il y a un échange entre un émetteur et un récepteur, le récepteur devenant lui aussi émetteur pour que le message émis soit sans cesse corrigé en fonction de la perception de celui qui reçoit; par ce processus de feedback mutuel, chacun est à son tour émetteur et récepteur.

La télévision communautaire nous donne à observer plusieurs aspects de la communication. Il nous semble propice pour cerner ces aspects, de distinguer des lieux ou la communication se situe. Un premier lieu de communication se situe <u>à la télévision elle-même</u>, comprenant tous les phénomènes de communication qui se passent à l'écran. Un deuxième lieu de communication, plus dispersé que le premier, comprend les situations où des personnes échangent avant ou après la production d'une émission; de façon plus générale, il s'agit de <u>la communication autour de la télévision</u>. Enfin, un troisième lieu, qui chevauche le deuxième, porte sur <u>la communication aux divers niveaux de participation à la TVC</u>.

1) La communication à la télévision:

On a mis des efforts pour faire de la TVC une "place publique" sur laquelle les gens pourraient communiquer librement. Ceci aurait été réalisé de façon idéale par une communication à "feedback" immédiat, c'est-à-dire lorsque des personnes viennent devant les caméras pour discuter, lorsqu'on retransmet les discussions qui ont lieu dans une assemblée publique ou une réunion d'association, etc. Nous allons faire quelques observations et poser quelques questions pour chacune de ces formes de communication:

A) Devant les caméras

B) La télévision retransmet des réunions

C) Des messages sans "feedback" apparent

Il s'agit en même temps d'examiner un ensemble d'éléments, de formules ou de techniques qui peuvent constituer des modalités de transmission d'un message ou plus exactement, dans le cas de la télévision communautaire, d'une stratégie de communication. L'entrevue en studio ou le reportage, l'utilisation ou non de la ligne téléphonique, le recours ou non à l'expert représentent autant de facteurs qui peuvent interagir avec le contenu

lui-même et en modifier l'impact:

D) Le format des émissions

E) La ligne téléphonique

F) L'utilisation de l'expert

A) Devant les caméras

C'est probablement une des opérations les plus difficiles de la TVC que d'amener les gens sur la "place publique". En effet, dans chacun des milieux il y a des problèmes qui "couvent sous la couverture" et beaucoup de personnes sentent ces problèmes, mais rares sont celles qui peuvent prendre l'initiative de les discuter devant les caméras. Et si quelqu'un prend l'initiative de poser le problème, son effort retombe souvent dans le vide, faute d'interlocuteur intéressé à engager le dialogue devant les caméras.

On a pu observer de près le problème en reconstituant les effets produits par une émission dans laquelle des étudiants du secondaire se vidaient le coeur de leurs sentiments à l'égard de l'école. Bien que les professeurs

de l'école et le principal se soient sentis très concernés par le contenu de l'émission, ils ont refusé l'invitation des étudiants d'aller discuter à la télévision. Il semble y avoir dans chacun des domaines de la vie du milieu une sorte de retranchement des personnes qui détiennent le pouvoir et qui refusent de venir sur la place publique.

Les efforts pour aller chercher des interlocuteurs se heurtent à toutes sortes de difficultés, dont le trac devant les caméras et la peur de se mouiller publiquement ne sont peut-être pas les plus considérables. En effet, il faut reconnaître qu'il est très difficile de créer devant les caméras un contexte de communication qui permette aux personnes d'avancer vraiment dans la discussion d'une question. J'ai l'impression qu'un tel contexte ne peut exister que <u>s'il déborde largement</u> la situation d'un groupe de personnes réunies pendant quelques minutes pour discuter devant les caméras.

Ces considérations nous poussent à étudier les avantages qu'il y aurait à transmettre à TVC les discussions qui ont lieu dans des situations de communication existant déjà dans la communauté.

B) La télévision retransmet des réunions

Plutôt que d'amener les gens devant les caméras (au studio) pour discuter d'un sujet, pourquoi ne pas diffuser les discussions qui ont lieu dans les réunions de comités et associations existant dans la communauté (v.g. conseil municipal; commission scolaire; comité de pastorale; C.O.O.P.; Caisse Pop; club de jeunes, etc.). Si on voulait faire abstraction des difficultés d'organisation (surtout humaines) d'une telle idée, on pourrait discourir longtemps sur ses avantages théoriques. Tout de même, comme la formule nous semble chargée de possibilités nouvelles de communication, nous ne pouvons laisser de côté les réflexions qu'elle nous a inspirées.

Ces lieux où les gens de la communauté se réunissent périodiquement offrent un environnement de communication où on peut "en dire plus long" que dans l'atmosphère figée et factice du studio. Il est permis de penser aussi que la diffusion des réunions, ouvrant celles-ci à un "feedback" et à une participation plus étendue, pourra maximiser le potentiel de communication de ces lieux. De plus, ce qui va parvenir au spectateur sera beaucoup plus un reflet de l'expérience de ces groupes qu'un message diffusé et programmé, tel qu'on le reçoit lorsqu'un représentant d'une organisation vient expliquer les buts de son organisation.

En utilisant les lieux existants de communications on échapperait peut-être aux problèmes de participation qu'on rencontre en voulant créer une nouvelle "place publique". On rejoindra peut-être ainsi plus facilement les cultivateurs et les travailleurs (à la C.O.O.P. par exemple) et peut-être que la TVC réussirait à déborder la "gang de l'école".

On admet facilement que ces réflexions sont "spéculatives" puisqu'il n'y a presque rien de fait dans ce sens et qu'on ne peut juger d'après l'expérience (1). Je me demande tout de même pourquoi on n'a pas été plus tenté d'en faire l'essai. Est-ce que la "mentalité de diffuseur" (1) aurait été un obstacle empêchant de le faire?

---

(1) Le succès de la diffusion des séances du Conseil municipal de St-Félicien semble indiquer l'efficacité de la formule.

(2) Ce sont quelques extraits d'un texte de Fernand Dansereau qui nous servent de points de repère pour définir la "mentalité de diffuseur": la diffusion, contrairement à la communication, consisterait à "propager des messages à l'adresse d'une opinion publique mythique sans s'occuper d'entrer dans une vraie relation avec les récepteurs" (p. 1, Fernand Dansereau, Communication au Colloque sur les Communications sociales tenu à Amos en avril 1969). Cet autre extrait est encore plus explicite: "J'apprends pour être en relation. Et quand on va au coeur des choses, c'est pour cela que la simple diffusion ne marche pas. Car elle reste un canal à sens unique, un canal fermé qui ne permet pas l'échange vital" (p. 18).

C) Des messages sans "feedback" apparent

Les cas où on a du "feedback" immédiat à la TVC sont assez peu fréquents. Le plus souvent on assiste à un "feedback" différé ou, tout simplement, à l'absence de "feedback" à la télévision même. La communication à "feedback" différé se retrouve dans une série d'émissions dont la réponse est séparée par quelques jours du message initial. Inutile de dire que le sujet d'émission doit intéresser fortement les gens pour que ceux-ci continuent à se sentir impliqués malgré de si longs délais.

Souvent un message ne reçoit pas de "feedback" à la télévision même. Beaucoup de personnes et de groupes se sont exprimés à la TVC sans recevoir de réponse, ou sans engager de dialogue à la télévision. Il ne faudrait toutefois pas penser que ces messages sont perdus pour la communication ou qu'ils tombent dans le vide. D'abord, il est indéniable que lorsqu'une personne exprime de façon authentique une part d'elle-même, beaucoup de personnes vivent aussi une expérience en l'écoutant. La chose doit être d'autant plus vraie lorsque la personne est connue de ses concitoyens. Ces messages qui demeurent sans feedback à la télévision changent probablement quelque chose au style des communications journalières, au moins par le fait qu'on écoute plus attentivement une personne connue parler à la télévision qu'on ne le fait dans la

rue ou au restaurant. Si on peut parler ainsi des contenus dans lesquels des personnes s'expriment de façon engagée et personnelle, on peut difficilement en dire autant des messages d'informations qui sont diffusés. En effet, quand une personne vient à la télévision expliquer soit le fonctionnement d'un organisme, soit les activités d'une association et que ce message demeure sans feedback apparent, on peut penser que l'effet direct a été minime.

Par ailleurs, tous les messages quelle que soit leur catégorie, sont, d'une façon ou d'une autre des reflets de la vie du milieu. Ils contribuent à "l'inventaire du milieu", ou, en d'autres mots, permettent aux gens de connaître de mieux en mieux leur milieu. A ce titre, tous les sujets du vécu du milieu devraient être inclus dans "l'inventaire". Les événements récents et les nouvelles ne présentent qu'une tranche de la vie, probablement la plus superficielle. Par ailleurs, si les gens s'expriment librement, tous les aspects de la vie y passent, même ceux qu'on avait d'abord cru trop banals et quotidiens. La télévision communautaire devient ainsi un miroir du milieu qui aide les gens à percevoir leur propre environnement.

Cet aspect de la télévision communautaire peut sembler être en marge du courant principal de communication. Tout au contraire, on peut le considérer comme un préalable nécessaire pour que la TVC devienne vraiment un

instrument de communication du milieu avec lui-même. En effet, il faut peut-être une longue période de mise à jour de l'environnement avant que la communication s'établisse au sein d'une communauté.

Ce processus est important pour le récepteur qui reçoit l'image de son milieu, mais il l'est peut-être plus encore pour l'émetteur qui se projette à la télévision. Plusieurs fois, nous avons eu l'impression que l'expérience capitale pour ceux qui faisaient une émission consistait à se projeter bien plus qu'à entrer en relation avec un interlocuteur. A la limite, beaucoup d'émissions pourraient être faites même si seulement quelques auditeurs allaient les capter. L'activité de se projeter dans le "miroir de la communauté" semble être une expérience complète en elle-même (1).

Peut-on savoir si la "phase miroir" va déboucher sur une "phase communication"? L'expérience de la TVC ne peut encore nous le dire. Quand on pourra répondre à cette question, on pourra peut-être expliquer comment la "mentalité de diffuseur" peut se transformer en une mentalité de communication.

(1) Pour connaître la valeur de l'expérience de se projeter, même si elle n'est pas suivie d'un feedback observable, il faut compléter le schème du processus de communication par une notion de feedback souterrain, compris dans le processus intérieur de la personne qui est, soit émettrice, soit réceptrice et qui a le sentiment de vivre une expérience de changement personnel en émettant ou recevant ce message.

D) Le format des émissions:

Environ 42.0% des séquences d'émissions ont été tournées à l'extérieur du studio et ont par conséquent adopté le style du reportage. Les autres séquences (exception faite des bulletins de nouvelles et de l'information-maison) peuvent être réparties selon les trois formules suivantes: les entrevues (20.6%), les tables rondes (17.5%) et les exposés (19.5%). La distinction établie au niveau des séquences réalisées en studio n'a pas été appliquée dans le cas des reportages. L'équilibre obtenu entre ces diverses formules laisse entrevoir une part peut-être trop grande accordée à l'exposé. De même, il serait évidemment souhaitable que les possibilités techniques permettent de miser davantage sur le reportage.

E) La ligne téléphonique:

La formule des "lignes ouvertes" connaît une popularité croissante dans les postes de radio du Québec. La possibilité de converser avec les premiers ministres Bourassa et Trudeau ou avec le père Legault représente pour plusieurs auditeurs l'équivalent du culte de la vedette chez l'adolescent qui parvient à toucher au vêtement

de son idole. Ou encore,les "lignes ouvertes" servent à reproduire les discussions de salon et à donner l'occasion à certains participants de mettre à l'épreuve leur "culture" politique très développée. Au-delà de ces manifestations particulières, la technique de la "ligne ouverte" remplit des fonctions utiles au niveau de la mécanique socio-politique de la société. Cette technique permet de "personnaliser" l'information et procure à des citoyens une tribune pour exprimer, dire leur profond mécontentement et leur frustration (1). Les besoins auxquels elle répond varient évidemment en fonction du public et des sujets abordés. De même, son efficacité dépend largement de la qualité de l'animateur et des modalités de la formule.

Dans ces conditions, il peut d'abord paraître étonnant que la télévision communautaire de Normandin ait autant tardé à faire usage de ce moyen de communication. On y a eu recours plusieurs mois après le début du projet, au moment où on a décidé de produire plus souvent en direct. A St-Félicien, l'utilisation de la "ligne ouverte" est demeurée assez limitée. L'accès à la TVC par le biais du téléphone n'aurait-il pas constitué un moyen d'améliorer

(1) Un animateur d'une "ligne ouverte" (Radio-Canada) indiquait récemment que de nombreuses et longues lettres leur parvenaient régulièrement.

sensiblement la cote d'écoute, d'activer la participation des gens déjà à l'écoute et par conséquent d'accroître et même d'infléchir le contenu présenté? A moins de confiner la TVC au schème de la "télévision locale" axée sur l'actualité, la "ligne ouverte" nous apparaît être une technique d'appoint secondaire, peu adéquate dans le contexte d'une télévision communautaire qui se propose de déclencher un processus de discussion collective à partir des expériences vécues du citoyen. Le phénomène de la TVC réside essentiellement dans la participation des citoyens à la production des émissions; l'établissement d'un lien entre un contenu et un auditoire est relativement accessoire.

D'ailleurs quelques expériences vécues par la télévision communautaire de Québec nous semblent illustrer assez bien l'inefficacité relative de la "ligne ouverte" au niveau du type dominant de contenu (une information "verticale", c'est-à-dire éloignée de l'actualité spectaculaire) diffusé par la TVC. Les sujets de grande actualité, comme la grève dans les secteurs public et parapublic, ont, en revanche, remporté plus de succès, probablement pour les mêmes raisons qui font le succès des "lignes ouvertes" des postes de radio. Cela n'exclut pas la possibilité que la TVC parvienne à ajuster cette technique

aux contenus qu'elle véhicule. A l'occasion de la présentation du film "Tranquillement, pas vite", par exemple, on a probablement découvert que la grande compétence des experts invités pouvait constituer un handicap. La "lourde" présence des experts aurait créé une interférence majeure entre le film et le public,et par conséquent court-circuité la discussion. Comme l'a noté un interlocuteur, les commentaires des invités étaient tellement intéressants que l'auditeur n'osait pas faire les siens. Les commentaires des experts prenaient souvent le ton du témoignage qui,non seulement entrait en conflit avec les témoignages qu'on cherchait à susciter auprès de la population, mais se superposait aux témoignages et au message déjà (peut-être trop) très puissant du film.

F) <u>L'utilisation de l'expert</u>:

Le rôle dévolu à l'expert dans la discussion publique des problèmes d'un milieu devient une autre variable importante au niveau du type de contenu véhiculé par une télévision communautaire. L'absence presque totale du point de vue de l'expert "scientifique" dans une émission est un fait remarquable. L'expert n'est pas un élément spécifique, un "ingrédient" utilisé dans la "recette"

de fabrication d'une émission de TVC. Si par hasard un expert participe à une émission, c'est en vertu de la possibilité que la TVC lui offre (comme à tout autre citoyen) d'exprimer ses champs d'intérêt. A ce niveau, la télévision communautaire est vraiment une télévision populaire qui contraste avec l'utilisation constante de l'expert par la télévision de masse.

De façon analogue, on constate que le plus souvent l'émission de TVC ne cherche pas à présenter <u>simultanément</u> le point de vue de plusieurs types de participants: politiciens, administrateurs, population, etc. La confrontation des idées s'opère surtout en fonction du principe qu'il appartient à chaque catégorie de citoyens de se prévaloir de son droit de parole en préparant ses propres émissions. En un certain sens, on pourrait penser qu'au moment où la TVC atteindra son point de saturation, sur la plan des demandes de participation, elle devra s'en tenir à une minitieuse répartition des tendances idéologiques à l'intérieur de chacune des émissions. En réalité, tel serait le cas seulement si la TVC se contentait d'être une télévision locale, peu engagée. Selon les autres modèles de TVC (animation sociale, expression, etc.), le point de saturation est par définition presque impossible à atteindre. Le

problème du contrôle idéologique est plutôt reporté, dans le cas de la télévision communautaire, au niveau de la composition du conseil de gestion chargé de définir les orientations de l'intervention sociale que représente la TVC.

2) La communication autour de la télévision

A) L'élaboration d'une émission:

On peut facilement observer l'atmosphère de communication spontanée qui règne pendant l'élaboration d'une émission de TVC. On discute avec beaucoup d'intérêt des perceptions de chacun et de la façon dont on pourrait s'y prendre pour faire une émission sur tel ou tel sujet, on résoud ensemble toutes sortes de problèmes, on se coordonne, etc. Des groupes se forment et se structurent autour de la tâche (qu'ils se donnent eux-mêmes) d'élaborer une ou plusieurs émissions. En discutant des sujets possibles d'émission, les gens semblent découvrir de nouvelles perceptions de leur milieu. Bien que cette situation soit favorable à la communication directe entre les personnes, on la retrouve assez peu à la TVC, où les groupes d'artisans

n'ont pas la vie longue. La survie de ces groupes demanderait la présence soutenue de ressources d'animation. La pure spontanéité et l'atmosphère non structurée qui en résulte détourne plusieurs personnes de la participation comme artisans à la TVC. Ces lieux de communication semblent d'autant plus compromis qu'on oriente toutes les énergies vers la production d'émissions en direct, réduisant au minimum la phase de préparation.

B) Le montage

Un autre lieu de communication qui semble très fécond est celui des discussions pendant le montage d'une émission. Les artisans et les "acteurs" regardent ensemble ce qu'ils ont fait au tournage. Les discussions portent sur la façon dont a été fait le tournage mais le plus souvent les discussions reprennent sur le contenu même de l'émission. Il est arrivé qu'on ait fait une émission sur les discussions d'un groupe et que ce groupe, réuni pour discuter du montage, ait repris ses discussions pendant des heures. Quand les gens se revoient à l'écran, on assiste souvent à un intéressant processus d'auto-critique. Ces rencontres autour du montage d'une émission à laquelle on a participé sont peut-être les lieux de communications les plus favorables qu'on puisse trouver autour de

la télévision. Ils rencontrent toutefois les difficultés mentionnées au paragraphe précédent au sujet des groupes qui travaillent à bâtir les émissions.

C) La communication après le visionnement

Est-ce qu'on retrouve quelque part dans la communauté des situations de communication suscitées par le visionnement des émissions de la TVC? Est-ce qu'on a quelque chose d'analogue aux discussions d'après le visionnement d'un film? Je pense qu'il est bien difficile de le dire. On peut supposer que les émissions provoquent des communications entre personnes du milieu qui ne se seraient pas produites sans la TVC. Dans la mesure où des personnes se sentent impliquées par les émissions, ceci change leurs perceptions du milieu et ne peut faire autrement que de modifier le style habituel des communications dans la communauté. Il n'existe toutefois pas de lieu où les gens pourraient se retrouver régulièrement pour parler après avoir visionné les émissions de la TVC. On y assisterait peut-être à un début de communication du milieu avec lui-même, ou à un début d'animation de la communauté par elle-même, tel que le désiraient les instigateurs de la TVC.

L'implantation d'un réseau de lieux de visionnement collectif nous semble représenter pour la télévision communautaire ce que la technique de la "ligne ouverte" signifie pour le système actuel de diffusion. La "ligne ouverte" se révèle très cohérente avec le fonctionnement des moyens de diffusion de masse qui cherchent seulement à rendre plus efficace la relation qu'ils entretiennent entre un produit de consommation (l'émission) et un individu (et les relations sociales de son micro-milieu). Le visionnement en groupe nous apparaît comme le support indispensable de la démarche collective qui définit essentiellement le phénomène de la télévision communautaire. Il existe toutefois une grande différence entre les deux techniques au niveau de leur impact possible au sein de leur système respectif. A cause du stade peu avancé de développement de la TVC, la salle publique peut avoir une influence déterminante dans la structuration de la télévision communautaire. Pour dépasser le niveau du gadget et devenir l'occasion d'une transformation du système, la "ligne ouverte" devra, au contraire, s'inscrire dans un long processus de renouvellement.

Les centres de visionnement auraient pu modifier considérablement la dimension "contenu" de la TVC en étant susceptibles d'apporter un important matériau de base et même de façonner complètement la stratégie de communication étroitement associée au contenu. La télévision communautaire au Lac St-Jean a tout à fait ignoré un tel moyen. La situation est d'autant plus étonnante que l'organisation de quelques lieux collectifs de visionnement est techniquement simple. De plus, il semble que la formule aurait intéressé suffisamment de personnes, du moins si l'on se base sur les données du questionnaire analysé plus loin. Le principal obstacle à la viabilité d'un tel réseau aurait probablement résidé au niveau de l'insertion des discussions de groupe dans une démarche idéologique passablement floue à Normandin. La constitution de centres de discussion aurait peut-être eu pour effet de contribuer à l'élaboration de cette démarche idéologique.

3) La communication aux divers niveaux de participation à la TVC:

Nous voudrions insister ici sur un ensemble de phénomènes qui a de multiples implications pour la TVC. Il s'agit de la communication aux différents niveaux de participation à la télévision communautaire. La communication à l'intérieur des divers groupes (artisans, permanents, etc.) et entre ces groupes est sans aucun doute à la base du fonctionnement de la TVC, d'abord parce que les gens y travaillent bénévolement et pour leur propre plaisir, mais surtout parce que tout l'ensemble est un processus continuel de création collective. De plus, la communication entre les différents niveaux de participation peut aisément être considérée comme le ferment de cette communication que les promoteurs de la TVC voudraient répandre à l'échelle de toute la communauté. Nous donnerons d'abord un aperçu des "acteurs" en présence; nous insisterons ensuite plus particulièrement sur la situation des artisans au sein de la TVC; enfin, nous ferons écho à la possibilité d'implantation d'un nouveau modèle d'organisation.

A) Les "acteurs" en présence:

Les permanents:

Nous commençons par le groupe qui, de toute évidence, est la plaque tournante de la TVC à Normandin: le groupe des animateurs ou des permanents. Ce groupe (qui devait être le catalyseur de communications à la TVC) semble avoir toujours eu de sérieux problèmes de communication. Les membres du groupe ont eu de la difficulté à travailler ensemble, surtout quand il fallait dépasser les tâches très pratiques. Il nous a semblé qu'ils pouvaient difficilement discuter de leur conception de l'animation et de leurs intentions dans la TVC. Certains membres du groupe avaient beaucoup de difficulté à faire une évaluation de leur travail, et encore plus de faire une évaluation en groupe. En d'autres mots, le processus de feedback fonctionnait difficilement au sein du groupe. Il a fallu des interventions extérieures pour opérer une remise en question des orientations de la TVC.

Les communications entre les animateurs et les artisans ont aussi semblé difficiles. Les artisans avaient le sentiment qu'ils ne pouvaient exprimer leurs conceptions et leurs projets. Ils n avaient pas de cadre adéquant pour le faire. Ce n'est que sur le tard et de façon épisodique

qu'on a réussi à aménager un lieu de rencontre (le Carrefour). Les artisans n'ont été que très peu associés aux rares tentatives d'évaluation systématique de la TVC. Les animateurs étaient plutôt intéressés à gagner l'adhésion des artisans à des projets de réorientation qu'ils avaient eux-mêmes élaborés. Bien que certains animateurs fussent passablement coupés des artisans, d'autres, plus près du terrain, avaient investi davantage dans les relations avec ces derniers, essayant de créer des foyers de communication et de réflexion.

Vu la nature du projet de télévision communautaire, il est passablement paradoxal qu'on n'ait pratiquement pas utilisé la télévision pour les besoins de communication interne. De plus, ce recours à l'audio-visuel aurait alimenté périodiquement une auto-évaluation par les diverses équipes de travail au sein de la télévision communautaire. Compte tenu du caractère expérimental d'un tel projet, l'absence d'une auto-évaluation constante et un peu systématique soulève beaucoup d'étonnement.

Le conseil d'administration

Un deuxième groupe de personnes a eu un rôle significatif à la TVC, surtout dans les premiers mois: il s'agit du conseil d'administration (1). Certains se sont étonnés que le conseil d'administration de la TVC ne soit pas devenu un lieu de communication où auraient été définis les enjeux de la communauté. Après une courte période d'intense activité et de discussions animées le C.A. de Normandin s'est dissous "dans l'air".

Certaines difficultés de la TVC, surtout à Normandin, peuvent être imputables, à notre avis, à la présence trop "lourde" de l'O.N.F. L'avenir de la TVC étant suspendu pour un certain temps à l'O.N.F., cet organisme apparaissait plus important aux yeux des gens que le conseil d'administration. De plus on a eu beaucoup l'impression à la TVC que la contribution des experts de l'O.N.F. était indispensable. Tout cela a pu empêcher que ne se formât dans la communauté une situation de communication qui aurait pu avoir le C.A. comme moteur.

---

(1) Les membres du conseil d'administration sont des artisans de la TVC; nous tenons ici à les isoler du groupe des artisans à cause de la spécificité de leurs fonctions.

Les artisans

Quand on entre en contact avec la TVC, on a nettement l'impression que c'est parmi les artisans que se passe le "happening éducatif". A travers toutes sortes d'activités et d'échanges spontanées, les gens semblent vivre des expériences qui les captivent. Les temps d'activités sont irréguliers: des artisans travaillent intensément pour une période et puis s'en vont, pour être remplacés par d'autres qui s'initient à "faire de la télévision". Il n'y a pas de groupes structurés et cohérents; la communication et l'invention se font au niveau de groupes informels. Seuls les étudiants du secondaire semblent se retrouver dans des groupes qui ont de la continuité. Ils y entretiennent un climat d'échange amical tout en ayant le plaisir d'échapper à l'atmosphère des cours.

Les artisans adultes ne semblent pas avoir trouvé de cadre de participation et de communication qui les satisfassent à la TVC. Notons l'exception du village de Girardville, où quelques adultes, aidés de deux animateurs attentifs au processus de formation d'un groupe, ont commencé à former un groupe de travail cohérent.

De façon générale, il semble manquer un cadre d'accueil qui permettrait aux artisans de se sentir dans un environnement éducatif qui a de la continuité. Il y a certaines conditions qui manquent pour que les artisans puissent communiquer entre eux, même s'ils ne viennent travailler à la TVC que de façon épisodique. Le problème du départ de nombreux artisans et surtout du manque d'enthousiasme constaté chez la plupart des persévérants serait en grande partie résolu si on parvenait à constituer un environnement plus favorable à la communication entre les personnes.

B) Le groupe des artisans dans l'ensemble de l'organisation "TVC".

> Durant les temps forts de la contestation étudiante, les mêmes questions revenaient très souvent en deça des modes et des contenus de participation. Qui suis-je? Qui sommes-nous? Qu'est-ce qui nous tient ensemble? La structure? Nos organismes? L'appartenance commune? Plusieurs sentaient bien qu'ils étaient incapables de formuler quoi que ce soit en termes de participation avant d'avoir pensé et vécu une phase d'identification" (1).

(1) Jacques GRAND'MAISON, op.cit., p. 171.

Cette importance des réseaux de communication horizontale comme préalables à l'élaboration d'un projet collectif cohérent explique en partie l'incertitude idéologique très grande qui a caractérisé l'évolution de l'expérience de Normandin. Comment parvenir à "entraîner" une communauté dans un processus de distanciation marquée par plusieurs phases (v.g. la phase-inventaire des problèmes, la phase-miroir, etc.) sans que le groupe-leader ait lui-même traversé ou tout au moins parcouru en grande partie une phase d'identification? C'est la poursuite parallèle et simultanée des deux processus en cause qui rend compte des positions idéologiques multiples (et souvent retranchées derrière la façade officielle des textes servant à définir le projet), des tentatives marginales d'implantation de processus de participation, et des comportements individuels complètement coupés des préoccupations des autres membres du groupe. Ce diagnostic ne contredit pas l'évidence qu'à partir d'un certain seuil de développement de la phase d'identification du groupe, les deux processus (poursuite d'un projet collectif et formation d'un groupe) s'influencent et se renforcent mutuellement.

L'incapacité des artisans de constituer un réseau de relations qui dépassent le sentiment d'être ensemble s'est manifestée, dès le début de l'expérience, à

travers la scission entre les responsables de la dimension technique et les animateurs du projet. Il faut d'abord indiquer la grande force numérique du "clan" de la technique représenté par l'un des permanents de l'O.N.F. affecté au projet de télévision communautaire. Ce permanent avait la responsabilité d'initier les artisans au maniement des appareils techniques. Comme le souligne l'un de ces artisans, la nécessité d'illustrer les explications techniques a amené les responsables des cours à déborder sur le contenu. Cet intérêt pour le contenu s'est graduellement transformé en une conception globale de la télévision communautaire. Les "techniciens préconisaient la limitation de la durée allouée à chacun des sujets d'émission; la brièveté devenait l'un des principes de base à respecter dans le traitement d'un thème d'émission. Selon le "clan" des animateurs, de telles normes venaient en contradiction avec l'esprit même d'une télévision communautaire. Telle est l'origine d'un conflit beaucoup plus complexe qui ne peut se réduire à une simple incompatibilité de personnalités.

Au-delà de ce premier axe d'affrontement, la difficulté de créer un réseau de communication horizontale transparaît également à travers les divisions idéologiques profondes au sein même de l'équipe des animateurs.

De plus, il faudrait tenir compte du désaccord de plusieurs artisans au sujet des intentions d'animation sous-jacentes à l'expérience de télévision communautaire. Nous référons ici aux artisans non concernés par l'opposition techniciens-animateurs. L'ampleur de ces divergences nous semble impliquer l'importance même prise par le conflit entre les animateurs et le responsable de la technique. Une plus grande homogénéité idéologique et organisationnelle au sein de la TVC aurait certes permis de surmonter plus rapidement la situation conflictuelle ou, si l'on veut, de contrôler plus efficacement "l'excroissance" technique.

Dans des expériences comme celles de Normandin, le medium semble mystifier les responsables à un point tel que, selon l'un d'entre eux, l'on en devient esclave. Des dimensions déterminantes comme l'intervention sociale et l'animation d'un groupe sont un peu reléguées à l'arrière-plan (1). Une organisation soucieuse d'intégrer toutes les dimensions, qui interagissent dans un projet d'une envergure aussi grande, désignerait sûrement une personne chargée exclusivement d'animer les artisans et de maintenir la communication entre les niveaux du projet: artisans, animateurs, etc. Le travail auprès des artisans

(1) C'est un peu en ce sens qu'un observateur (présent à une réunion d'auto-évaluation tenue quelques mois après le début de l'expérience) a pu qualifier le projet de Normandin de "trip magnétoscopique vécu par l'O.N.F.".

pourrait viser à intégrer les nouveaux arrivés (le taux de roulement dans une expérience semblable est forcément très élevé), à réduire les tensions et, d'une façon générale à maintenir la motivation. Il s'agit en quelque sorte d'apporter une attention spéciale à la promotion de la participation.

Sans un intérêt soutenu pour de tels problèmes, on risque de créer un climat de désabusement d'ailleurs très perceptible à Normandin. Les problèmes organisationnels ont en effet graduellement détruit l'environnement éducatif que constituait la TVC au niveau des artisans. Un contexte organisationnel déficient s'est interposé entre l'artisan et le medium TVC qui représentait pour l'artisan "une activité où il apprend, où il diversifie ses capacités de voir, de sentir, de déchiffrer son monde quotidien et d'agir sur lui". La semaine intensive de production vécue à Normandin, en septembre 1970, avait d'ailleurs démontré le potentiel de la TVC en tant qu'environnement éducatif.

Une organisation efficace de la TVC devrait probablement prévoir l'affectation d'un permanent au travail de cueillette du "feedback". En plus d'avoir pour tâche de voir comment la TVC est reçue dans les foyers, ce responsable représenterait un contact permanent avec la

population. Ce contact direct serait susceptible de se traduire en une connaissance approfondie du milieu socio-économique lui-même. La forme de feedback varierait évidemment en fonction du type de télévision communautaire en place: TVC-tribune, TVC-expression, TVC-animation sociale, etc. Pour plusieurs artisans de Normandin et de St-Félicien, la TVC n'est pas une expérience de communication mais plutôt un moyen d'expression qui n'a pas à se soucier des impératifs du "feedback". Une anecdote un peu marginale illustre néanmoins fort bien une réalité vivante de la TVC. A St-Félicien, quelques jeunes décident soudainement d'interrompre la diffusion d'une émission (il est vrai que c'était vers la fin de la période de diffusion) pour pouvoir écouter un enregistrement quelconque. La décision est prise très naturellement, sans donner la moindre explication au téléspectateur.

Pour conclure sur la place des artisans dans l'ensemble du contexte organisationnel de la TVC, il importe également de noter que les caractéristiques générales du groupe ont néanmoins forcé les responsables du projet d'abandonner la plupart de leurs objectifs. La contradiction entre les objectifs officiels de changement de la TVC et les intentions des artisans a évidemment

entraîné une réinterprétation au niveau même des moyens d'action d'une télévision communautaire. Au lieu d'être une place publique où se discutent les enjeux vitaux de la collectivité, la TVC a signifié pour les artisans une occasion de s'exprimer. Par ailleurs, les lacunes organisationnelles n'ont pas favorisé la convergence des expressions individuelles vers un projet commun et cohérent.

C) Un nouveau modèle d'organisation?

L'ensemble des problèmes de communication aux différents niveaux de participation, et entre ces niveaux, est probablement symtomatique d'un défaut de la structure de base de l'organisation. On semble n'avoir pas découvert la formule d'organisation qui permette de faire participer également au fonctionnement de la TVC toutes les catégories de participants. Une fois constitués des sous-groupes ayant des fonctions distinctes, ceux-ci ont perdu leurs liens avec l'ensemble du projet. On a voulu appliquer l'idée d'une rotation dans les fonctions remplies par les bénévoles, les tâches étant réparties selon les besoins et les goûts personnels. Il semble que l'application de cette idée, laissée à la spontanéité de chacun, ait abouti à la confusion et, somme toute, à très peu de

rotation des fonctions. Il n'est pas question ici de contester le principe selon lequel la télévision communautaire doit être contrôlée par ceux qui la font, ou encore le principe du décloisonnement des fonctions, mais plutôt de chercher un modèle organisationnel qui permette d'incarner ces principes. Un modèle quelconque d'autogestion nous semblerait apte à faciliter la réalisation de ces principes, et surtout à favoriser l'association réelle des artisans à l'ensemble du projet de télévision communautaire (1).

(1) Un article de Roger Louis nous laisse sentir ce que pourrait être l'application d'un modèle d'autogestion à un projet comme la télévision communautaire. Le principal avantage semble être l'augmentation de la créativité de tous les participants: "En contrepartie, notre productivité est devenue fantastique: ayant une compréhension d'ensemble de notre activité, chacun, dans son secteur spécifique, mettait tout en oeuvre pour qu'elle réussisse, saisissait les implications de son travail, s'y consacrait avec le maximum d'efficacité. Nous avons constaté aussi que, dans le domaine de la création, les techniciens ou les administratifs avaient parfois plus d'imagination que les "artistiques", trop habitués à leur travail". (Roger LOUIS, "Une aventure audio-visuelle en marge de L'ORTF", Preuves, 2e trimestre, 1971.)

-VII-

La télévision communautaire, DES ARTISANS

> The fact that various people have ½ inch video equipment doesn't mean they are together. What brings people and keeps people together is the use of the machine, not the machine itself. An M-16 in the hands American forces is an imperialist weapon, but the M-16 in the hands of the Viet-Cong is a revolutionary weapon (1).

Cette façon peut-être un peu excessive de poser le problème possède tout de même l'avantage de faire ressortir l'importance des "utilisateurs" du medium (à ne pas confondre avec les consommateurs), particulièrement dans le cas d'un medium comme la télévision communautaire. Selon qu'on se réfère aux media "institutionnalisés" ou à des media "malléables" comme la TVC, la question de l'utilisation d'un medium n'a pas du tout la même signification. Par ailleurs, le rôle capital des "utilisateurs" d'un medium ne contredit pas l'influence spécifique qu'exerce le medium lui-même, indépendamment des contenus.

A Normandin, on peut distinguer trois catégories principales "d'utilisateurs" de la télévision communautaire: les animateurs du projet, les artisans et les participants aux émissions. Nous voudrions ici nous intéresser surtout aux artisans. Le faible degré de politisation des artisans nous apparaît comme l'une des variables les plus

(1) "May Day Video", Radical Software, No 4, 1971.

déterminantes de l'évolution de la TVC. Par artisans, nous désignons toutes les personnes qui ont, à un moment donné et pour une période plus ou moins longue, travaillé bénévolement à la réalisation du projet, à un niveau ou un autre: préparation d'une émission, collaboration technique, travail de secrétariat, participation au Conseil d'administration, etc. Pour faire référence à la grande liberté d'action dont jouissaient les artisans, l'interprétation que certains décrets de la construction donnent au terme "artisans" (des patrons sans employés) conviendrait fort bien.

A partir des entrevues réalisées auprès des 34 artisans, nous pouvons obtenir des renseignements qui nous les font connaître un peu mieux les artisans sans toutefois prétendre présenter la configuration socio-culturelle de ce groupe. Deuxièmement, sur la base d'une observation, nous proposons une typologie des artisans.

1) <u>Les caractéristiques des artisans</u>:

A) <u>Quelques données de base</u>:

• Age moyen des 34 personnes interviewées: 23.6 ans

• Occupation:
- étudiant: 50.0%
- services : 20.5%
- enseignant: 11.7%
- ménagères: 5.8%
- professions libérales: 5.8%
- journalier: 2.9%
- rentier: 2.9%

• Militantisme: oui: 50.0%
non: 50.0%

• Types de militantisme:
- Conseil pastoral: 15.0%
- Journalisme: 15.0%
- Club Jeunes du Monde: 10.0%
- Syndicalisme: 10.0%
- Gardes paroissiales: 10.0%
- Age d'or: 5.0%
- UCC: 5.0%
- AFEAS: 5.0%

- Association de loisir: 5.0%
- Activités culturelles: 5.0%
- Bibliothèque: 5.0%
- Caisse populaire: 5.0%
- Association de parents: 5.0%

B) La participation à la TVC:

• Durée de la participation des artisans (sur une base de 10 mois)

- 1 à 3 mois: 27.2%
- 4 à 6 mois: 24.2%
- 7 à 9 mois: 30.3%
- 10 mois: 18.1%

• Comment on est venu à la TVC?

- 46.9% des artisans indiquent qu'ils ont été sollicités par quelqu'un pour faire partie de la TVC, la plupart des solliciteurs assumant une responsabilité précise au sein de la TVC;
- 9.4% signalent qu'ils ont été mobilisés par des amis;
- 12.5% précisent qu'ils sont venus à la TVC parce que cela était inclus dans "le programme d'activités dirigées" de leur école;
- 31.2% ne donnent pas de détail sur la façon dont ils ont été amenés à participer à la TVC.

- Niveaux de participation:
  - Technique: 45.8%
  - Réalisation d'émission: 18.7%
  - Programmation et recherche: 16.6%
  - Animation d'émissions: 16.6%
  - Administration: 2.3%

- Participation à plus d'un niveau:
  - 2 paliers: 29.4%
  - 3 paliers: 18.1%

- Participation aux cours de Claude Delorme:
  - oui: 58.8%
  - non: 41.2%

C) <u>La motivation</u>:

- Raisons de l'adhésion à la TVC:
  - la nouveauté de l'expérience: 31.4%
  - l'apprentissage du maniement des appareils techniques: 28.6%
  - l'occasion de connaître des gens: 14.2%
  - un moyen d'action pour améliorer la communauté: 8.5%
  - une façon d'occuper ses loisirs: 8.5%

- une étape pour faire carrière dans la TV: 8.5%
- un intérêt pour le problème de la communication: 0.5%

• Raisons d'abandon:

- un désaccord avec les responsables de la TVC: 38.8%
- un manque d'intérêt: 11.1%
- un sentiment de ne pas être capable de faire plus: 11.1%
- une impression d'être rejeté: 11.1%
- les études: 11.1%
- une faible croyance en la TVC: 5.5%
- la maladie: 5.5%
- une trop grande distance de Normandin: 5.5%

• Bénéfices retirés:

- une connaissance de la TV: 25.3%
- de nouvelles activités: 19.0%
- une meilleure connaissance des gens du secteur Normandin: 17.4%
- une prise de conscience des problèmes du milieu: 7.9%
- le sens des responsabilités: 6.3%
- l'apprentissage du travail en groupe: 4.7%
- un développement personnel 4.7%
- la confiance en soi: 4.7%
- etc., etc.

D) La perception de la TVC:

- Les buts que la TVC devrait poursuivre:

  - informer les gens sur leur milieu: 35.4%
  - constituer un moyen de communication: 20.8%
  - être un moyen d'action: 12.4%
  - accroître la participation aux affaires publiques: 10.4%
  - être un moyen de divertissement: 8.3%
  - instruire les gens: 4.1%
  - etc., etc.

- La TVC a-t-elle un avenir à Normandin?

  - 23.5% des artisans interrogés pensent que la TVC est ici pour y rester: "Elle peut sûrement continuer et atteindre les objectifs qu'elle s'est fixés";
  - "La TVC a eu un départ où tout n'a pas été nécessairement très bon, mais cela permettra d'éviter ces gaffes dans l'avenir";
  - 70.5% des artisans croient que la TVC peut vivre, à la condition d'y apporter des changements plus ou moins importants. Quelques-uns d'entre eux affirment catégoriquement que la TVC est très mal partie;
  - 6.0% estiment que la TVC ne survivra pas.

- Les principaux obstacles à surmonter:

  - le manque de participation: 28.6%
  - le leadership actuel: 14.2%
  - l'esprit de gang: 14.2%

- le problème de l'émetteur: 10.7%
- le financement du projet: 10.7%
- le manque de communications internes: 7.1%
- la volonté réelle de poursuivre: 7.1%
- enfin, l'opposition des "notables" du milieu et le manque de choses à dire sont deux autres facteurs mentionnés:

• La TVC et l'esprit de "gang":

- 51.7% ont eu l'impression que tout le monde pouvait participer à la TVC;
- 27.5% estiment que la TVC appartenait à des "cliques": professeurs, commission scolaire ou groupe d'artisans;
- 13.7% affirment que la TVC appartenait à la "gang" des animateurs;
- 7.1% ont trouvé que la TVC était l'affaire des gens de l'O.N.F.

• Le rôle de l'O.N.F.:

- dans l'ensemble, la perception est très positive; mais ceux qui n'ont pas apprécié le rôle de l'O.N.F. réagissent violemment.

2) Une typologie des artisans:

A partir des renseignements obtenus dans les entrevues mais aussi à partir d'une observation de l'action menée par l'ensemble des artisans, on peut dégager quelques types d'artisans tout en faisant parfois des commentaires sur l'impact de la TVC sur les artisans. Comme nous l'avons mentionné précédemment, l'impact de la TVC n'est pas examiné ici en fonction d'hypothèses précises, telle la transformation du militant en agent de changement. D'ailleurs, si on avait voulu creuser des hypothèses semblables, il eût fallu procéder à un réajustement majeur; comme l'a justement mis en évidence le responsable de la technique: "les militants sont en réalité des combattants qui essaient de trouver des gens qui acceptent d'adhérer à la TVC".

A) Les artisans "gestionnaires":

La caractéristique principale de ce type d'artisans, c'est son éloignement des lieux de la production. On veille de loin au développement du projet en fournissant les garanties juridiques et financières minimales requises par le fonctionnement d'une entreprise comme la TVC. Sur une

base plus individuelle, certains gestionnaires représentent occasionnellement une caution morale face à l'ensemble de la communauté. Ils apportent un soutien aux animateurs quotidiennement aux prises avec les problèmes de la TVC.

Pour les gestionnnaires, la TVC est une activité supplémentaire à une série d'obligations professionnelles sociales qui laissent peu de temps libre. Malgré sa marginalité, cette activité est fortement valorisée par la majorité des gestionnaires. Leur intérêt ne réside pas nécessairement dans la forme actuelle de la TVC mais plutôt dans ce que la TVC pourrait éventuellement représenter pour l'institution ou le milieu de travail dans lequel ils oeuvrent.

Le faible degré d'implication des gestionnaires, malgré leur intérêt immense pour l'expérience, ne vaut évidemment pas dans tous les cas. Quelques-uns se sont trouvés imbriqués dans de nombreuses activités de la TVC en raison même de leur fonction de liaison entre les instances de gestion et les autres paliers du projet.

B) Les artisans "fonctionnels":

Cette catégorie d'artisans comprend des individus qui se servent de la TVC à des fins strictement "utilitaires", d'ordre professionnel ou autre. Il s'agit d'artisans qui perçoivent la TVC comme un tremplin pour acquérir les compétences nécessaires à la pratique des métiers du secteur des mass media. Pour d'autres, la TVC est un simple lieu de rencontres sociales; elle devient le substitut du centre de loisir ou de la salle de danse. Pour une troisième sous-catégorie composée surtout de professeurs, la TVC est le terrain d'apprentissage rêvé pour maîtriser les techniques audio-visuelles. Ces techniques sont conçues comme des auxiliaires de nature à améliorer la qualité de leur enseignement. Cette utilisation de la TVC est d'autant plus étonnante qu'elle se retrouve chez des professeurs qui sont eux-mêmes des militants actifs dans le domaine de la coopération ou du syndicalisme. Leur refus de concevoir d'abord la TVC comme un instrument d'action et leur option conséquente en faveur de leurs occupations professionnelles s'expliquent par leur résistance à l'égard de la notion d'animation.

Cette réticence parfois très forte tient aux expériences antérieures vécues par ces personnes. Une telle attitude est d'abord attribuable à certains "échecs" vivement

ressentis: par exemple, une session d'animation auprès d'un groupe de professeurs a, semble-t-il, tourné en dynamique de groupe; et comme cette session s'adressait à des gens qui vivaient dans un même cadre de travail, cette dynamique de groupe a naturellement déclenché de nombreux conflits lors du retour dans le circuit quotidien d'activités. Cette expérience est fréquemment revenue en surface dans nos conversations avec des artisans. A un deuxième niveau d'explication, on constate que le peu d'enthousiasme suscité par le terme "animation" remonte jusqu'à l'expérience du B.A.E.Q. Selon un interlocuteur, cette expérience a soulevé beaucoup d'espoirs sans en combler beaucoup. Sans mettre nécessairement en cause le bienfondé de l'animation, on se montre prudent sur les modalités d'application des techniques d'animation. Enfin, il arrive qu'on manifeste beaucoup de méfiance envers le type de personnalité des animateurs qui pousseraient les autres à agir sans toujours le faire eux-mêmes. Par ce biais des personnalités, on touche évidemment là à l'un des dilemmes fondamentaux de toute entreprise d'animation.

C) Les artisans "expressifs":

Par cette appellation peu adéquate, nous voulons désigner les artisans qui ont d'abord apprécié la TVC comme une voie d'expression originale, taillée à la mesure des jeunes. La TVC leur offre, dans un contexte souple, un mode d'expression et de création en profonde continuité avec leur façon de percevoir la réalité. Pour la majorité de ces artisans, la TVC représentait en quelque sorte une activité para scolaire particulièrement enrichissante. Pour d'autres, l'attrait de la TVC comme moyen d'évasion de l'univers scolaire a contribué à accélérer le processus du "dropping out": l'hésitation à abandonner l'école de béton, l'école des programmes scolaires, s'est dissipée devant les apprentissages nouveaux et "libres" que semblait permettre la TVC. Dans une certaine mesure, la TVC est devenue "l'école" des "drop out".

Cette catégorie d'artisans comprend la majorité des personnes que l'on peut considérer comme éléments actifs de la télévision communautaire à Normandin.

D) Les artisans "militants":

En plus d'être largement minoritaires, ces artisans (on peut situer ici les quelques animateurs de la TVC) peuvent être regroupés en deux catégories, les militants modérés et les militants radicaux:

Les militants modérés:

Le projet d'action de ces militants vise à intervenir dans les affaires de la communauté pour atténuer les déséquilibres qui affectent le fonctionnement de l'organisation sociale. On s'attaque par exemple aux déséquilibres provoqués par l'exode des jeunes vers les autres régions du Québec en vue d'accélérer le processus de rétablissement de l'équilibre perdu. Leur action cherche également à revendiquer une nouvelle répartition du pouvoir.

Selon les individus, on peut discerner certaines différences de degré. On travaille dans une perspective à court terme (v.g. étude des projets de regroupement municipal ou scolaire) ou à plus long terme (v.g. la transformation des mentalités). On inscrit son action dans une optique plus ou moins volontariste: les uns désirant intervenir pour contrôler certains changements sociaux, les autres se contentant d'oeuvrer pour hâter un progrès automatique.

Le style d'action de ces militants est largement tributaire de leur situation socio-économique personnelle; ils possèdent un emploi intéressant et accaparant qui réduit les possibilités d'une action sociale plus radicale. A cause d'une insertion dans la hiérarchie scolaire, par exemple, ils peuvent plus difficilement devenir les promoteurs d'une contestation radicale dans ce secteur d'activités. L'éducation a été l'un des sujets les moins abordés par la TVC; et lorsqu'il l'était, le risque de susciter de vives réactions demeurait assez peu élevé.

L'impact de la TVC sur ces artisans et animateurs dépend beaucoup du point de départ de chacun. La TVC ne semble pas avoir beaucoup changé la conception de l'action des militants qui se considéraient déjà comme des agents de changement. Pour les militants au sens strict, la TVC semble avoir constitué une source d'interrogations dont on ignore l'impact à long terme. Ces militants paraissent un peu perplexes devant l'efficacité de la TVC comme moyen d'action. On peut émettre l'hypothèse qu'ils n'hésiteraient pas à délaisser la TVC, dans la forme connue à Normandin, pour élaborer des projets plus circonscrits. La TVC aurait été avant tout une source d'inspiration dans la mise au point de techniques d'action modernisées.

Les militants radicaux:

Les quelques représentants de cette tendance sont polarisés vers des changements de la situation socio-culturelle; au-delà des changements socio-politiques, on vise la modification des rapports sociaux au niveau existentiel même. Ces militants se préoccupent peu d'appuyer leur critique radicale de la société sur des analyses approfondies qui proposent un réaménagement global de la collectivité. Leur projet d'action consiste essentiellement à susciter une réflexion sur les nouvelles conditions d'existence.

L'impact de la TVC sur les militants radicaux semble avoir consisté en un certain "refroidissement" de leur lecture de la réalité, à mesure que la TVC constituait une nouvelle médiation avec les gens du milieu et avec la réalité socio-économique de la communauté. La TVC aurait également rendu ces artisans plus conscients de la dimension stratégique de l'action. Cet impact nous semble toutefois largement conditionné par la présence très minoritaire de ce type d'artisans au sein de la TVC. Dans un contexte où ces militants seraient beaucoup plus nombreux, l'influence d'une TVC qui permettrait d'exploiter à fond leurs idées et leurs possibilités de créativité pourrait prendre une tournure fort différente.

-VIII-

La télévision communautaire, UN CONTENU

Nous présentons ici un aperçu du contenu de la télévision communautaire de Normandin. Les commentaires ne s'appuient toutefois pas sur le résultat d'une analyse systématique des 85 heures (environ) de production réalisée de septembre 1970 à juin 1971. L'analyse de contenu est, au sens strict du terme, "une technique de recherche pour la description objective, systématique et quantitative, du contenu manifeste des communications ayant pour but de les interpréter" (1). L'analyse n'est pas basée sur la durée exacte accordée à chaque séquence d'émission. Une séquence représente l'un des thèmes traités au cours d'une émission qui durait habituellement environ une heure. Chaque émission comportait ordinairement deux ou trois séquences. Les données de base proviennent du travail effectué par l'un des animateurs de la TVC, en juin 1971. Afin de pouvoir entreprendre une auto-évaluation du projet, Claude Bond a visionné (pas au complet) cent quarante (140) séquences d'émissions en notant le titre, le thème, les noms des participants et en ajoutant quelques commentaires sur le contenu. Les séquences de la semaine intensive de production (septembre 1970) ne sont cependant pas incluses (2).

(1) Albert KIENTZ, Pour analyser les media, Collection aujourd'hui, HMH, 1971, p. 10.

(2) Nous avons collaboré avec Claude Bond au niveau du travail de regroupement des renseignements obtenus à la suite du visionnement.

A partir du travail de Claude Bond, nous obtenons d'abord une certaine idée des types de contenus diffusés par la TVC. Pour illustrer chacune des catégories de contenus, nous énumérons un grand nombre de séquences d'émission. En deuxième lieu, nous situons les participants en fonction de leur appartenance à la structure de pouvoir, aux associations et à la population en général. Le type dominant de participants dans une séquence contribue grandement à qualifier le contenu lui-même.

A) Types de contenus:

Les séquences d'émission se répartissent dans les quatre types de contenus suivants:

- Culturel et sportif: 43.6%
- Social: 26.4%
- Politique: 20.8%
- Economique: 9.1%

Le contenu serait donc socio-culturel (70.0%) plutôt qu'économico-politique. Même si cette donnée ne donne pas l'importance exacte accordée à chaque catégorie de contenus,

elle correspond de près à l'impression basée sur le visionnement de plusieurs émissions.

- Dans les contenus culturels et sportifs nous avons inclus une grande variété d'émissions, telles que:

  . les jeunesses musicales

  . le club Jeune du Monde

  . le Bal de fin d'année de l'association A.F.E.A.S.

  . une évocation des souvenirs du passé avec un groupe de citoyens âgés

  . le Salon de l'automobile

  . les variétés

  . une publicité pour une association théâtrale d'étudiants du niveau Secondaire

  . des tournois sportifs

  . Oeillets et Chrysanthèmes

- Les émissions à caractère social comprennent des sujets comme:

  . les caisses populaires

  . la pastorale

  . les activités de l'A.F.E.A.S.

  . les loisirs (discussion sur les loisirs à St-Thomas)

  . l'éducation (informations sur la vie dans une école, par exemple)

  . l'exode des jeunes vers d'autres régions.

● Le contenu politique des émissions réfère principalement aux affaires municipales; on peut dénombrer environ 15 émissions qui portent sur des thèmes comme:

- . le reportage d'une conférence sur le Livre Blanc du Ministère des Affaires Municipales (par Maurice Tessier)
- . les commentaires des maires sur la conférence de Tessier
- . le regroupement municipal
- . l'opinion des citoyens sur l'administration municipale
- . le conseil de comté
- . la situation administrative du village d'Albanel
- . le budget de l'année, à Normandin

Cette série d'émissions sur les affaires municipales représente l'une des rares "continuités" réalisées à la TVC, en particulier dans le domaine économico-politique. De plus, les objectifs et l'optique de travail adoptée par la responsable de l'initiative, Ghislaine Boivin, illustrent bien le contexte peu "politisé" de la télévision communautaire à Normandin. Dans une entrevue, Ghislaine Boivin explique ainsi sa motivation à participer à la TVC: "... Je faisais cela pour

ma culture personnelle. Je suis tellement avide de tout apprendre. J'ai connu beaucoup de personnes et ça m'a amenée à m'intéresser à des choses dont j'ignorais l'utilité... Ca m'a fait parler avec les maires et j'ai appris le fonctionnement des municipalités. Le regroupement, ça ne me disait rien avant" (1). Ghislaine Boivin s'est d'ailleurs beaucoup moins intéressée aux affaires municipales, par la suite, "parce que justement j'étais motivée par le fait de faire des émissions".

- La dimension économique de la programmation de la télévision communautaire touchait à des sujets comme:

  . l'industrie laitière
  . le centre de main-d'oeuvre
  . la Chaîne Coopérative du Saguenay

Le secteur économique est encore plus sous-exploité que la politique. Le problème de la main-d'oeuvre monopolise les rares émissions consacrées à la réalité économique. D'ailleurs, le problème de la

(1) Entrevue réalisée le 4 novembre 1971.

main-d'oeuvre est fort peu envisagé comme l'un des facteurs de l'économie, il l'est plutôt sous l'angle d'informations pratiques à donner à la population: par exemple, les possibilités d'emplois pour les étudiants et la façon de faire une bonne entrevue pour obtenir un emploi.

Comme on peut le constater, le contenu de la TVC est relativement peu en accord avec les objectifs de changements précis qu'on avait assignés à la télévision communautaire. Les dimensions politique et économique ne sont pas prioritaires. De plus, le traitement de ces réalités ne s'insère pas dans un contexte idéologique "volontariste" et ne s'appuie pas sur des moyens de documentation bien organisés. Dans ces conditions, les émissions politiques et économiques apportent tout au plus quelques informations pratiques sur les rouages administratifs ou servent à "couvrir" certains événements. Beaucoup plus qu'un matériel de base utile à la réflexion critique des citoyens, ces émissions sont une occasion extraordinaire d'expression pour les artisans et les participants.

Les contenus culturels nous apparaissent également sous-développés, malgré la grande quantité d'émissions qui peuvent faire partie de cette catégorie. L'intérêt accordé à des événements comme le bal de fin d'année d'une

association, les tournois sportifs, les variétés, etc., semble avoir pris beaucoup de place, au détriment d'un sujet comme les souvenirs de la population âgée de Normandin. Les émissions (2 ou 3) réalisées avec quelques vieux citoyens ont d'ailleurs connu un immense succès.

Le <u>secteur social</u> nous semble être celui qui a été le mieux traité par la télévision communautaire. L'éventail et le type de problèmes soulevés reflètent bien les réalités du milieu: la pastorale, les loisirs, l'exode des jeunes, etc. Comme dans les cas précédents, il est évident que l'approche utilisée par la TVC n'a pas permis d'approfondir suffisamment certaines questions. La religion est, à Normandin, une importante force d'intégration sociale, comme l'indique le rang occupé par ce thème dans la liste des problèmes qui menacent le plus l'avenir du secteur Normandin. Malgré l'importance numérique des émissions sur la pastorale, il est certain que la religion n'a pas reçu un traitement qui correspond à sa signification culturelle. Par ailleurs, la TVC a passé pratiquement à côté d'un problème social (la drogue) qui intéresse beaucoup la population de Normandin.

En plus des quatre types de contenus déjà distingués, il faut noter les bulletins de nouvelles diffusés régulièrement de même que l'information-maison surtout axée sur la "campagne d'Achat chez nous". Cette dernière série d'émissions consistait en un concours organisé par la TVC en vue de s'auto-financer. A chaque semaine, on procédait, à la TVC, à un tirage de $100. et on en profitait pour promouvoir cette campagne qui favorisait l'achat local. Selon la formule employée, les marchands achetaient un certain nombre de billets distribués par la TVC et les remettaient à leurs clients. L'information-maison a servi aussi à informer la population sur l'évolution du projet.

La programmation-type de la TVC au cours des premiers mois de l'expérience pourrait avoir l'image suivante:

- le bulletin de nouvelles
- les affaires municipales
- Oeillets et Chrysanthèmes
- les jeunesses musicales ou le club Jeune du Monde
- la pastorale
- une activité sportive

Le fait saillant de cette programmation, c'est le faible degré de politisation qu'elle reflète. A cet égard, l'absence de la TVC lors de la visite du ministre de l'Agriculture du Québec en août 1971 (c'est-à-dire presque 12 mois après l'avènement de la télévision communautaire) nous semble fort significative. L'assemblée publique qui a réuni plusieurs centaines de citoyens à Normandin s'est révélée une synthèse si complète des enjeux vitaux d'une communauté agricole et rurale qu'elle aurait pu servir de matériau de base pour la programmation d'une très longue série d'émissions de la TVC. Les deux raisons qui peuvent être invoquées pour justifier l'absence des caméras de la TVC (période d'été et le fait que le problème discuté concernait surtout la population non câblée) demeurent relativement peu convaincantes. Il est en effet douteux qu'un problème d'une telle ampleur n'ait pas de répercussions sur l'ensemble du secteur. De plus, au mois d'août 1971, les responsables de la TVC travaillaient sur un projet d'émetteur qui devait permettre à tout le secteur de regarder la télévision communautaire. L'absence de la TVC à cette assemblée nous apparaît plutôt comme l'aboutissement de l'évolution d'une expérience pourtant amorcée sous le signe de l'animation sociale. Pour illustrer l'importance de cette

assemblée qui n'avait rien du "pseudo-événement", nous la situons dans ses coordonnées générales:

- L'objet du débat, c'est la concentration à Héberville (dans le comté voisin) de la production laitière régionale. C'est pourtant le village de Normandin qui constitue le centre du bassin laitier de la région Saguenay/Lac St-Jean;

- Les acteurs du conflit sont principalement l'Association Coopérative Laitière (A.C.L.) et la Coopérative de Normandin; le Ministère de l'Agriculture est l'arbitre plus ou moins impuissant d'une querelle qui est seulement une manifestation exceptionnellement cruciale d'une lutte à finir entre deux importants groupes d'intérêts;

- L'occasion qui fait éclater de nouveau les relations entre l'A.C.L. et la Coopérative de Normandin, c'est la loi sur les fusions qui vise à favoriser le regroupement des unités de production;

- L'ampleur de l'enjeu tient aux deux éléments suivants:

  - le refus de la Coopérative de Normandin de se fusionner avec l'Association Coopérative Laitière (A.C.L.) à cause de la localisation choisie (Hébertville) et à cause de l'incompétence administrative de l'A.C.L. De fait, la Coopérative de Normandin jouit d'une prospérité indéniable qui comble ses membres, comme l'indiquent les témoignages.

  - de son côté, le Ministère de l'Agriculture se dit obligé de respecter les données de la situation actuelle (chiffre d'affaires supérieur de l'A.C.L.) et de tenir compte des exigences de la loi qui prévoit des subventions dans les cas de fusion seulement. La Coopérative de Normandin se croit

frustrée de sommes d'argent qu'elle recevrait si elle acceptait de s'intégrer à l'A.C.L.

- Au-delà d'une seule réunion publique d'une vigueur étonnante, les implications résident dans la dissociation profonde des deux rationalités en cause:

  - d'un côté, le problème actuel n'est que l'occasion pour les cultivateurs de faire resurgir l'histoire, récente et lointaine, des luttes menées âprement pour subsister en dépit de gouvernements sans vision des problèmes agricoles et en dépit d'organismes à la remorque des décisions incohérentes des gouvernements;

  - de l'autre côté, faisant abstraction de cette dimension historique, l'Etat ne veut envisager que l'avenir et les impératifs de la planification. Selon cette perspective, loin de nuire au développement de la Coopérative de Normandin, la concentration de la production à Hébertville (sous les auspices de l'A.C.L.) permettrait de spécialiser les productions de la Coopérative de Normandin et par conséquent d'accroître ses revenus d'une façon considérable.

B) Les participants:

Nous voulons ici considérer les contenus en liaison avec le type de participants que l'on retrouve dans chacune des séquences d'émissions. L'appartenance des participants est déterminée en fonction de la distinction suivante: la structure du pouvoir, les associations et la

population. Les participants identifiés à la structure de pouvoir sont tous les détenteurs d'une responsabilité collective, peu importe le secteur: économique, administratif, religieux, politique, etc. (directeurs d'entreprises, curés, politiciens, etc.). Les participants "associationnistes" sont les représentants d'un groupe de pression quelconque ou de tout mouvement rassemblant un certain nombre d'individus dans la poursuite d'un objectif commun. Les participants inclus dans la dernière catégorie (la population) sont ceux qui parlent en leur nom personnel seulement, même s'ils peuvent faire partie d'un organisme. Le citoyen qui est amené à exprimer une opinion sur le système scolaire, par exemple, est identifié ici à la population, même s'il est membre de l'association des parents.

- Les participants identifiés à la structure de pouvoir monopolisent 39.7% des séquences d'émissions;
- Les participants "associationnistes" sont majoritaires dans 19.3% des cas;
- Les participants provenant de la population dominent 41.0% des séquences d'émissions.

A première vue, il semble exister un équilibre fort intéressant entre les séquences d'émissions qui cèdent la parole aux élites du pouvoir et celles qui permettent à la population de s'exprimer. Cet équilibre tient essentiellement à la prédominance des contenus culturels et

sportifs. Dans la mesure où ce type de contenus fait une place assez large aux événements sportifs et mondains, il faut nuancer un peu l'ampleur de "l'espace" laissé au citoyen ordinaire au niveau du medium "TVC". On sait également que l'individu peu scolarisé a beaucoup moins participé à la télévision communautaire. Par ailleurs, les représentants d'associations apparaissent particulièrement défavorisés. Dans le contexte de Normandin, cette sous-représentation s'explique en partie par le manque d'intérêt de certaines associations à l'égard d'une TVC ne pouvant rejoindre qu'une fraction de leurs membres. Sans connaître les autres raisons possibles, il faut certes écarter l'hypothèse d'une discrimination exercée par les responsables de la TVC. Au contraire, les critères de sélection des contenus et des participants se sont avérés très souples et ouverts à tous. Cela n'exclut pas la possibilité que certains artisans aient parfois restreint leur recherche de participants au cercle d'amis ou de connaissances. Le type de relations entre la TVC et les organismes du milieu constitue précisément l'un des traits originaux du projet de Normandin. A St-Félicien, les associations assument beaucoup plus souvent la responsabilité d'une série d'émissions; à Québec, il s'agit même là d'une pratique courante.

-IX-

La télévision communautaire, UNE COMMUNAUTE

Au préalable, rappelons que le questionnaire élaboré à l'intention de la population abonnée au câble, à Normandin et à St-Félicien, ne visait pas à vérifier des hypothèses précises sur la nature de la télévision communautaire ni à prendre une mesure exacte de certaines dimensions des expériences menées au Lac St-Jean. L'objectif premier du questionnaire consistait à connaître la réaction et la perception de la population concernée face à la TVC.

La grandeur de la population concernée nous a évidemment obligés à choisir un échantillon. Nos ressources nous auraient permis de considérer la population câblée totale si le questionnaire avait été administré à Normandin seulement. A cause de la structure de l'échantillon retenu, les tendances observées à partir du questionnaire sont <u>significatives des seuls répondants</u> et <u>non de l'ensemble de la population câblée</u>. Les indications obtenues sur la population câblée totale (à partir du nombre de cas tirés au hasard) constituent néanmoins des <u>approximations valables</u> (1).

(1) Selon les termes de Dayhaw, l'échantillon satisfait au critère de la <u>précision</u> (grandeur de l'échantillon) mais non pas au critère de la <u>justesse</u> (représentativité de l'échantillon).

Le manque de représentativité de l'échantillon s'explique par le fait qu'au départ nous connaissions seulement le nombre de foyers abonnés au câble, avec le nom et l'adresse du chef de famille. Comme nous n'étions pas en mesure d'entreprendre le recensement du nombre de personnes impliquées et leurs caractéristiques, nous étions placés devant les possibilités suivantes: a) obtenir un échantillon rigoureusement représentatif d'une partie seulement de la population câblée (sur la base d'une personne par foyer: par exemple, tous les chefs de famille); b) s'en tenir à un échantillon approximatif de l'ensemble de la population (jeunes, hommes, femmes). Il n'était pas possible de demander aux chefs de famille de répondre au nom de toute la famille, en raison des difficultés évidentes d'interprétation des résultats. Compte tenu des visées du questionnaire, nous avons préféré connaître l'opinion d'un large éventail de catégories de répondants, au détriment de la "justesse" de l'échantillon.

Le taux des réponses au questionnaire s'établit à 75.1% à Normandin et à 90.0% à St-Félicien. Ce taux global varie cependant d'une question à une autre. La composition des répondants s'établit ainsi:

		Normandin	St-Félicien
Sexe:	Hommes	37.8%	37.5%
	Femmes	62.2%	62.5%
Age:	15 à 24 ans	27.8%	25.7%
	25-34 ans	21.3%	28.5%
	35-44 ans	21.8%	19.6%
	45-54 ans	13.5%	12.6%
	55 ans et plus	15.4%	13.0%
Scolarité:	1 à 7 années	38.0%	19.8%
	8-11 années	35.7%	54.1%
	12 années et plus	25.5%	26.1%

L'analyse effectuée ici insiste surtout sur les résultats globaux plutôt que sur les résultats dégagés à partir de variables comme l'âge, le sexe, le degré de scolarisation et le milieu de résidence des répondants. Les résultats détaillés sont toutefois contenus en annexe, du moins dans le cas des questions les plus importantes. Le plan de la présente section comprend les sept dimensions suivantes:

1) Quelques caractéristiques des répondants
2) Le degré d'information sur la TVC
3) Le degré de participation
4) L'appréciation
5) L'impact de la TVC
6) L'image de la TVC
7) L'orientation future de la TVC.

1) QUELQUES CARACTERISTIQUES DES RÉPONDANTS:

A) Adhésion à une association

La majorité des répondants, à Normandin (59.7) et à St-Félicien (55.4%), ne font pas partie d'une association; c'est particulièrement le cas des jeunes adultes de 15 à 24 ans. Les personnes ayant 7 années ou moins de scolarité sont un peu moins encadrées par une association. L'écart serait probalbement beaucoup plus significatif si nous avions pris en considération le type d'association dans lequel militaient les informateurs.

Le faible taux d'adhésion à une association pose en réalité le premier défi et peut-être le défi de base à une TVC qui se propose de devenir la nouvelle place publique de la collectivité. Selon cette conception de la télévision communautaire, la participation à une association apparaît comme un degré de socialisation préalable (mais non suffisant en soi) à la capacité pour le citoyen d'utiliser la TVC comme un lieu de discussion.

Les femmes se regroupent au sein de quatre types principaux d'associations. Les mouvements à caractère religieux ou para-religieux recrutent beaucoup de répondants: 42.0% à Normandin et 32.3% à St-Félicien. En deuxième lieu,

les associations de nature éducative (A.F.E.A.S., Cercles fermières) rejoignent 31.2% des femmes à Normandin et 46.1% à St-Félicien. A Normandin, il s'agit surtout des Cercles de fermières et à St-Félicien, l'A.F.E.A.S. (Association féminine d'éducation et d'action sociale). On connaît le conflit qui existe entre ces deux organisations qui se disputent une même clientèle: il y a quelques semaines, l'A.F.E.A.S. demandait au ministère de l'agriculture de couper les subventions aux Cercles de fermières qui comptent à travers le Québec quelque 70,000 membres (1). Troisièment, les associations à préoccupation scolaire, en l'occurrence les associations de parents, regroupent 6.4% et 6.2% des répondantes de Normandin et de St-Félicien. Enfin, 5.4% et 4.6% des femmes sont membres d'une association à caractère social, soit les clubs de l'Age d'Or.

Chez les hommes, l'éventail des associations mentionnées est beaucoup plus large. De plus, la configuration diffère passablement entre Normandin et St-Félicien. A Normandin, les Chevaliers de Colomb sont fort nombreux (31.0%) comparativement à la situation qui prévaut à St-Félicien, 7.7%. En revanche, la Chambre de Commerce et le syndicalisme sont beaucoup plus présents à St-Félicien

(1) Renée ROWAN, "Guerre entre l'AFEAS et les Cercles de fermières", Le Devoir.

(35.9% et 25.6%) qu'à Normandin (4.2% et 9.5%). Ces différences illustrent bien la spécificité de Normandin et de St-Félicien comme milieux de vie. Les associations sportives (14.0% à Normandin et 10.3% à St-Félicien), les associations de parents (9.5% et 7.7%), les coopératives (9.5% et 10.3%), la pastorale (7.1% et 2.6%), etc. comptent à peu près autant d'adeptes à Normandin qu'à St-Félicien.

Il faut toutefois indiquer que nous ne rendons pas nécessairement compte de toutes les adhésions possibles, compte tenu de la définition que chacun des répondants à pu donner au terme association. Par exemple, il serait étonnant que les clubs de pêche et de chasse n'encadrent pas un plus grand nombre de personnes. En outre, la question sur les associations aurait dû être complétée par au moins une autre sur l'appartenance aux partis politiques.

B) <u>Lecture des journaux et des revues</u>:

Presque deux fois plus de répondants de Normandin (8.3% vs 4.3%) ne lisent pas les journaux ou les revues; il s'agit surtout des gens qui ont une scolarité inférieure à 8 années. Selon les goûts des lecteurs, deux journaux se situent à une forte distance des autres: le

quotidien Le Soleil (25.3% et 25.6%) et l'hebdomadaire Progrès-Dimanche (24.3% et 16.0%). A St-Félicien, un troisième journal (l'hebdo "La Voix du Lac") intéresse de nombreux lecteurs (17.3%). A l'autre extrémité, la Presse (1.4% et 0.2%) et Montréal-Matin (1.0% et 0.9%) sont peu lus par les répondants de ces deux milieux; cette situation tient essentiellement au système de distribution qui s'applique aux régions très éloignées de Montréal.

Concernant les revues, "Châtelaine" surpasse nettement ses concurrentes: elle est lue par 9.5% et 7.2% des informateurs de Normandin et de St-Félicien. Le second rang appartient à "Sélection", à Normandin, et à "Paris-Match", à St-Félicien.

C) L'écoute de la télévision:

Au préalable, notons que le quart des abonnés de St-Félicien (25.5%) possèdent plus d'un poste de télévision comparativement à seulement 6.8% à Normandin. De plus, on y trouve un nombre d'appareils-couleur (31.3% et 32.6%) qui dépasse largement la moyenne québécoise (17.0%). Les individus peu scolarisés (7 années et moins) sont beaucoup plus rarement en possession d'un récepteur-couleur. Dans la mesure

où les émissions diffusées en couleur peuvent être par le fait même privilégiées par les propriétaires d'un TV-couleur, la télévision communautaire se heurte là à un obstacle supplémentaire non négligeable. En revanche, la possession de plusieurs appareils de télévision représente un facteur favorable à la TVC.

Ce qui risque d'être un obstacle encore plus déterminant, c'est l'intérêt peu sélectif que l'on porte aux émissions des deux réseaux de télévision de la région. Ainsi, 20.5% des répondants de St-Félicien consacrent habituellement 7 heures ou plus par jour à la télévision; 24.9% visionnent la télévision durant 5 ou 6 heures par jour; 34.1% y investissent 3 ou 4 heures quotidiennement; ce qui nous laisse seulement 20.6% d'informateurs en mesure de choisir leurs émissions puisqu'ils regardent la télévision entre 1 et 2 heures par jour. La situation est passablement différente à Normandin où 40.2% des répondants écoutent la télévision durant 1 ou 2 heures par jour; seulement 10.7% passent 7 heures ou plus devant leur téléviseur. Ces habitudes d'écoute ne contredisent probablement pas le fait qu'au Québec, en mars 1971, les adultes (18 ans et plus) regardaient la télévision, en moyenne, 4 heures et 42 minutes par jour, ce qui est supérieur aux autres provinces (1).

(1) Gilles CONSTANTINEAU, "Le premier des media publicitaires", Le Devoir.

Comme c'est le cas pour l'ensemble du Québec, les femmes regardent davantage la télévision. Si l'on considère, par exemple, l'écoute de la TV durant 7 heures ou plus, on constate qu'il y a 25.3% de femmes et 12.5% d'hommes, à St-Félicien. Les gens les plus scolarisés (12 années ou plus) consacrent beaucoup moins de temps à la télévision: 9.2% d'entre eux la regardent 7 heures ou plus par jour comparativement à 19.5% (8-11 années) et 29.1% (1-7 années); cette situation vaut également à Normandin, mais à un degré moindre.

2) LE DEGRE D'INFORMATION SUR LA TVC:

A) Les rencontres d'information:

Les gens de St-Félicien (62.9%) sont moins au courant que ceux de Normandin (73.3%) du fait que certaines rencontres d'information sur la TVC ont été organisées à l'intention de la population en général. Ces réunions ont toutefois attiré une proportion semblable de citoyens à Normandin (10.6%) et à St-Félicien (10.3%).

Les raisons qui ont amené les gens à de telles séances d'information varient un peu de Normandin à St-Félicien. La sollicitation faite auprès d'individus semble

avoir été un moyen de pression plus efficace à Normandin: la moitié des présences à cet endroit est attribuable à une invitation spécifique d'assister à une réunion, alors qu'à St-Félicien la proportion s'établit à 16.7%. En revanche, l'élément "curiosité" est le facteur le plus souvent (27.7%) invoqué par les répondants de St-Félicien. Seulement 25.0% (Normandin) et 16.7% (St-Félicien) des informateurs s'y sont rendus parce qu'ils croyaient que cela les concernait. Enfin, il importe de faire état du fait que peu de personnes (5.0% et 11.1%) ont perçu la mise en marche de la TVC comme une occasion de développer un nouveau moyen d'action.

La principale raison qui justifie une absence à ces rencontres d'information est l'ignorance de la tenue de telles réunions: 43.5% à Normandin et 50.8% à St-Félicien. Viennent ensuite le manque de temps (29.9% et 25.9% respectivement) et le manque d'intérêt (12.3% et 7.3%). Pratiquement personne n'explique son absence ou son refus de participation par le fait que la TVC appartiendrait à un petit groupe de citoyens seulement. Enfin, 14.3% et 13.0% indiquent une autre raison que celles suggérées comme possibilités de réponse, sans toutefois la spécifier.

B) Le degré d'information sur les activités de la TVC:

Indépendamment de la présence ou de l'absence à ces réunions, d'abord conçues en fonction d'un auditoire susceptible de prendre une part active au projet de télévision communautaire, il s'agit ici de connaître jusqu'à quel point la population se considérait au courant des activités de la TVC. A cet égard, les réponses dénotent un assez faible degré d'information: seulement 6.3% (Normandin) et 4.0% (St-Félicien) se disent très informés alors que 18.3% (Normandin) et 14.4% (St-Félicien) affirment qu'ils sont assez au courant des activités de la TVC; 48.0% et 45.0% des répondants ne s'estiment pas tellement informés, tandis que 27.4% (Normandin) et 36.6% (St-Félicien) ne le sont pratiquement pas. Si l'on se réfère au contexte d'ensemble des résultats révélés par le questionnaire, cette situation semble refléter les carences dans les efforts des responsables du projet pour informer la population plutôt qu'un manque d'intérêt de la population envers la TVC.

Le sentiment d'être plus renseigné sur l'ensemble des activités de la TVC n'implique pas un manque total d'information sur certaines activités particulièrement importantes. Ainsi 49.1% (Normandin) et 83.9% (St-Félicien) des répondants se disent au courant que la TVC présentait, durant

la journée, de la musique et des petites annonces. L'écart aussi grand entre Normandin et St-Félicien tient en partie au fait que cette initiative a pris forme, dans le cas de Normandin, plusieurs mois après le début du projet, tout en étant limitée à une période de deux ou trois heures par jour.

3) LE DEGRE DE PARTICIPATION A LA TVC:

A) L'écoute des émissions:

La majorité des informateurs (67.2% à Normandin et 74.6% à St-Félicien) ont regardé les émissions de la TVC de temps en temps seulement; de plus 13.3% (Normandin) et 5.1% (St-Félicien) ne les écoutaient jamais. Ce qui nous laisse respectivement avec 19.5% et 20.2% de véritables adeptes de la TVC, en particulier les personnes de 45 ans et plus (de même que celles de 35 à 44 ans à St-Félicien seulement). Les répondants les plus scolarisés ont été moins assidus.

De plus, il faut signaler que 43.6% (Normandin) et 31.9% (St-Félicien) des informateurs ne visionnaient pas les émissions en entier. Par ailleurs, 29.7% et 32.5% respectivement faisaient autre chose lorsqu'ils écoutaient les émissions.

Dans l'ensemble, la cote d'écoute de la TVC se révèle donc assez intéressante sans être enthousiasmante. L'intérêt de cette cote tient essentiellement aux trois facteurs suivants. Il y a d'abord le fait que le caractère occasionnel de l'écoute n'est pas incompatible avec la popularité de certaines émissions. A St-Félicien, par exemple, 54.5% des répondants déclarent avoir suivi régulièrement les émissions qui diffusaient les assemblées du Conseil municipal; les émissions "A vous la parole" (ligne ouverte sur divers sujets) ont été regardées régulièrement par 36.0% des gens.

La cote d'écoute pour l'ensemble des émissions apparaît intéressante pour une deuxième raison: sa ressemblance avec les cotes habituelles des émissions d'affaires publiques de la télévision de masse. Ce rapprochement vaut évidemment dans la mesure où la TVC se situe, globalement, dans le champ couvert par les émissions d'affaires publiques. Un troisième élément encore plus fondamental à considérer à ce niveau de l'appréciation de la cote d'écoute de la TVC, c'est le fait que la constitution d'un auditoire est un aboutissement souhaitable du processus d'une télévision communautaire plutôt que l'objectif ultime qui conditionne l'orientation et le fonctionnement de ce nouveau medium.

B) Les raisons de l'écoute:

L'intérêt communautaire est la raison la plus souvent mentionnée: 33.8% et 38.3% des gens ont écouté la TVC surtout pour savoir ce qui se passait dans leur secteur ou leur ville. A cette proportion on peut ajouter ceux (31.4% à Normandin et 22.1% à St-Félicien) qui ont suivi la TVC principalement parce que des gens de leur milieu faisaient les émissions. En revanche, 15.2% (Normandin) et 27.0% (St-Félicien) des répondants ont regardé les émissions à cause d'un intérêt personnel pour le sujet traité. Peu de gens (2.8% et 3.0%) ont capté la TVC en raison des émissions ennuyantes des autres postes de télévision. L'élément "distraction" n'a pas représenté non plus une motivation prioritaire dans l'écoute de la TVC.

En ce qui a trait aux raisons qui ont empêché les gens de regarder plus souvent la TVC, elles varient un peu d'un milieu à l'autre. La fréquence des troubles techniques s'applique beaucoup plus à Normandin (20.9%) qu'à St-Félicien (11.7%). Cela ne fait que traduire le meilleur état du système de câble de St-Félicien. L'ignorance de l'heure de présentation des émissions est plus souvent invoquée à St-Félicien (27.7%) qu'à Normandin (10.2%). Les autres motifs reviennent à peu près également dans les deux milieux.

L'oubli d'écouter la TVC (23.0% et 21.4%) et la préférence exprimée à l'égard des autres postes (18.9% et 14.7%) sont deux autres facteurs majeurs dont il faut tenir compte. En revanche, le manque d'intérêt des sujets d'émissions, l'hostilité envers les artisans de la TVC, le peu d'intérêt pour les préoccupations locales et le fait de ne pas connaître suffisamment les participants aux émissions sont autant de raisons qui recueillent peu la faveur des répondants.

C) La discussion des sujets d'émissions:

Les discussions amorcées par la présentation des émissions représentent, dans le contexte de la TVC, une forme de participation plus pertinente que la seule écoute d'une émission. Dans la mesure où la discussion à la maison dépasse le commentaire sur la tenue d'un particirant ou l'appréciation générale de l'émission, cela peut devenir important en tant que début d'assimilation des éléments d'information d'une émission ou encore d'intégration des dimensions d'un problème dans le vécu quotidien.

Il est arrivé à 37.2% (Normandin) et 44.0% (St-Félicien) des répondants de parler régulièrement des émissions avec des amis ou des membres de leur famille; c'est particulièrement le cas des personnes âgées. A l'autre extrémité, 10.8% et 11.6% des gens ne discutaient jamais à la suite d'une émission de la TVC. Il reste 52.0% (Normandin) et 44.8% (St-Félicien) des gens qui n'échangaient pas tellement souvent des opinions à partir des idées émises à la TVC. Cette répartition des réponses représente presque celle qu'on a observée à la même question posée à l'occasion de Tévec (on discutait un peu moins des émissions de Tévec). Ce parallélisme tend peut-être à indiquer la difficulté de dépasser un certain seuil de participation avec de telles formules. Concrètement, cela voudrait dire que la TVC ne réussirait probablement pas à susciter une discussion plus intense si elle s'en tenait au style actuel, peu importe les améliorations apportées aux émissions. Le véritable processus de communication communautaire ne s'établirait pas à partir de la qualité du contenu offert par [illegible] à partir de l'ampleur des dispositifs utilisés pour assurer le contact avec la population (v.g. le téléphone, la présence d'expert, etc.). Le processus de communication se situerait davantage au niveau de la capacité de la TVC d'amener la communauté à se définir, à s'insérer

dans un projet collectif quelconque. Dans ce contexte, la démarche de communication fondée sur la ligne ouverte ("hot line") sert seulement de technique d'appoint.

Quant au moment où les discussions se déroulaient, c'est principalement quelques jours après le visionnement des émissions; c'est le cas pour 61.9% des répondants de Normandin et de St-Félicien, en particulier des personnes plus scolarisées. Par ailleurs, 25.7% et 27.9% discutaient surtout immédiatement après une émission alors que 12.4% et 9.9% échangaient des propos pendant l'émission même. Dans cette dernière situation, il s'agissait probablement plus de commentaires épars que d'une discussion un peu serrée.

D) La participation aux émissions:

La participation est plus forte à St-Félicien: 15.9% des répondants ont agi comme participant actif (en donnant un exposé, en étant intervewé, en étant membre d'une table ronde, etc.) ou comme simple figurant (i.e. présent dans l'émission sans rôle précis); à Normandin, on compte 10.9% de participants. Les hommes ont nettement plus participé aux émissions, même si l'écart est moindre

à St-Félicien (22.7% des hommes et 11.6% de femmes). Les personnes de 25 à 44 ans se sont avérées les plus actives.

La scolarisation introduit également une différence fort significative et fort importante pour le développement futur de la TVC. Les individus qui ont 12 années ou plus de scolarité ont été beaucoup plus présents à la TVC; soit 25.0% et 19.3% d'entre eux à Normandin et à St-Félicien comparativement à 7.0% et 2.6% des répondants peu scolarisés (7 années ou moins); la différence est également marquée par rapport aux personnes qui possèdent de 8 à 11 années de scolarité mais dans le cas de Normandin seulement. Loin d'avoir rejoint le citoyen ordinaire, la TVC aurait plutôt permis à ceux qui possèdent déjà les moyens de se faire entendre d'amplifier leur parole.

Dans la majorité des cas (58.3% et 61.1%), la fréquence de la participation à la TVC s'établit à une ou deux reprises; 25.0% (Normandin) et 33.3% (St-Félicien) des informateurs l'ont fait à trois ou quatre occasions.

Par ailleurs, lorsqu'on demande aux répondants s'il leur est déjà arrivé d'essayer de participer à une émission des autres postes de télévision ou de radio de la région, on s'aperçoit que les proportions sont semblables (12.8% à Normandin et 16.6% à St-Félicien) à celles des

participants à la TVC, 10.9% et 15.9%. On peut émettre l'hypothèse que la TVC a d'abord comblé un besoin déjà ressenti intensément par une partie de la population et/ou que la TVC n'a représenté pour les notables, les "puissances locales", qu'une tribune supplémentaire constituant une annexe de la télévision de masse. Si cette hypothèse se révélait fondée, cela signifierait que la tâche d'atteindre "le monde ordinaire" demeure entière et qu'il ne faut pas se fier sur les efforts déjà déployés pour mesurer ceux qu'il faudra investir pour accroître le rythme de participation

E) Les raisons de la participation:

Environ le tiers des répondants (31.1% et 35.7%) expliquent leur participation par l'invitation reçue de le faire. Le désir ou la simple curiosité de connaître le fonctionnement de la TVC constitue un élément de motivation beaucoup plus déterminant à Normandin: 33.3% d'entre eux souscrivent à cette raison comparativement à seulement 9.5% à St-Félicien. Cet écart peut être attribuable au coefficient de nouveauté d'une "première" et à la publicité énorme qui a entouré l'expérimentation de la TVC à Normandin; mais il est surtout dû, selon nous, à l'influence de la

dimension du milieu de vie qui fait de la TVC, à Normandin, un événement plus spectaculaire, plus "visible". Dans des proportions analogues (15.4% et 16.7%), des informateurs ont participé à la TVC parce que cela leur semblait intéressant. Enfin, un certain nombre (8.9% à Normandin et 16.7% à St-Félicien) l'ont fait pour y exprimer des idées précises.

Parmi les raisons qui ont amené les gens à ne pas participer aux émissions, l'obstacle majeur noté par 31.0% des répondants (à Normandin et à St-Félicien) demeure le fait qu'ils n'aiment pas paraître en public. C'est particulièrement le cas des personnes moins scolarisées: par exemple, à St-Félicien, 45.2% (1 à 7 années), 31.6% (8-11) et 17.8% (12 années ou plus). Une deuxième raison démontre une différence dans l'accueil spontané réservé à la TVC de Normandin et de St-Félicien: 30.3% (Normandin) et 20.3% (St-Félicien) des répondants prétendent qu'ils n'ont jamais été invité personnellement à participer aux émissions. Même s'il n'est pas impossible que cette phase d'attente recoupe en partie le premier motif, nous sommes là devant un réservoir de personnes que la TVC doit d'abord rejoindre pour agrandir l'assiette de base de la participation populaire. Par contre, les résidents de St-Félicien ont éprouvé plus de difficultés à se convaincre qu'ils pouvaient apporter

quelque chose de valable, soit 21.4% d'entre eux comparativement à 14.8%, à Normandin. Au-delà d'une question de gêne ou de manque d'habitude de la télévision, on obtient ici la catégorie de citoyens qui sera la plus difficile à mobiliser. Enfin, il est peut-être encourageant pour les promoteurs de la TVC de voir que seulement 12.3% (Normandin) et 10.7% (St-Félicien) des gens attribuent leur non-participation à un manque d'intérêt; c'est davantage le cas des personnes plus scolarisées.

F) Les artisans de la TVC:

La proportion d'artisans (responsable d'émission, animateur, recherchiste, caméraman, éclairagiste, téléphoniste, dactylo, etc.) s'établit à 2.8% à Normandin et 3.7% à St-Félicien; les hommes forment la très grande partie de ce groupe. On retrouve également plus d'artisans chez les personnes les plus scolarisées (12 années ou plus), en particulier à Normandin. Environ le tiers des répondants l'ont fait à une ou deux occasions, 50.0% trois ou quatre fois et 12.5% à onze reprises ou plus.

Le désir de connaître le fonctionnement de la TVC et la volonté de répondre à une demande des responsables constituent les deux raisons dominantes de faire de la TVC. Les

besoins d'occuper des loisirs et de se découvrir des aptitudes ne sont pas déterminants. La présence d'un ami au sein de la TVC n'est également pas un facteur souvent mentionné.

En ce qui regarde les raisons de ne pas oeuvrer au sein de la TVC, elles sont identiques dans les deux milieux de vie. Le manque de temps est le prétexte le plus fréquemment avancé: 37.2% (Normandin) et 36.5% (St-Félicien). Le fait de n'avoir pas été invité personnellement à se joindre aux artisans de la première heure expliquerait l'abstention de 27.3% et de 24.9% des répondants de Normandin et de St-Félicien. En revanche, seulement 8.1% des gens se sentaient incapables d'apprendre ce qu'ils auraient aimé faire; c'est particulièrement le cas des individus les moins scolarisés (7 années ou moins). De même, seulement 13.4% (Normandin) et 9.1% (St-Félicien) expriment leur manque d'intérêt. Une telle situation permet d'envisager la possibilité d'un recrutement de plusieurs autres artisans.

C) La participation future:

Si l'on cherche à circonscrire le potentiel de participation à la TVC, on constate d'abord que la proportion des gens qui se disent intéressés à prendre part à une

émission est moins élevée que celle enregistrée dans le passé, autant à Normandin qu'à St-Félicien: 8.5% et 12.0% des répondants expriment sans équivoque leur intérêt à participer aux émissions à venir (comparativement à 10.9% et 15.9%). Par ailleurs, plusieurs (32.5% et 34.9%) n'opposent pas un refus catégorique; ils se disent plutôt incertains de leur décision.

Au contraire, la volonté de devenir artisans dans les semaines à venir est supérieure aux résultats atteints jusqu'ici, en particulier à Normandin: 11.8% des répondants se montrent intéressés à préparer une ou des émissions par comparaison aux 2.8% qui l'ont été dans le passé. A st-Félicien, le décalage est moins prononcé, soit 5.9% comparativement à 3.7%. L'écart entre les deux milieux provient probablement de leur taille respective même et du degré différent d'information sur la TVC; ces deux facteurs auraient permis à la population de Normandin de mieux se rendre compte de la facilité d'accès de la TVC et du profit que l'on peut retirer d'une adhésion aussi active.

De nouveau, on remarque que les hommes et les personnes les plus scolarisées consentent davantage à agir comme artisans. Par contre, la résistance des personnes âgées, en particulier celles de 55 ans et plus, est plus marquée. Pour ces répondants, il est possible que la

formule du "reportage naturel" (i.e. une rencontre au niveau du vécu quotidien des gens) leur convienne beaucoup mieux. Il faudrait en quelque sorte systématiser et diversifier les deux ou trois émissions qui ont permis à plusieurs personnes âgées de Normandin, regroupées dans leur restaurant préféré, de discuter du passé.

Pour compléter cet aperçu général de la mobilisation prévisible à la TVC, nous avons essayé d'apprécier les possibilités d'expression latentes dans la population à partir de la question suivante: "Que vous ayez <u>l'intention ou non</u> de participer à la télévision communautaire, croyez-vous que vous et votre famille auriez suffisamment de choses à dire sur vos activités, vos projets, vos intérêts, etc., pour faire l'objet d'une émission de quelques minutes?" Près de la moitié des répondants (45.6% et 48.0%) prétendent n'avoir pratiquement rien à communiquer à leurs concitoyens. Une proportion analogue de répondants (41.4% et 44.4%) indiquent que tout dépend des circonstances. Sans connaître le contenu des conditions auxquelles réfèrent ces derniers, on peut facilement croire que leur consentement tient largement à la façon dont les responsables de la TVC s'y prendraient dans leur approche auprès des gens concernés. Enfin, 13.0% (Normandin) et 7.5% (St-Félicien) sont convaincus d'avoir des "choses" à dire. Bien qu'il

serait nécessaire de creuser beaucoup plus profondément cette question de l'expression de la population, la distribution des réponses révèle néanmoins qu'une partie importante de la population n'attend que l'occasion propice pour se servir de la TVC comme moyen d'expression. Voilà une autre dimension concrète du défi à relever si l'on veut exploiter au maximum une infrastructure au service la communauté.

Les hommes expriment plus clairement leur volonté de raconter certaines de leurs expériences ou d'informer la communauté de leurs activités. L'âge discrimine également, mais d'une façon non graduelle: les personnes de 25 à 34 ans se sentent plus aptes à parler d'elles-mêmes alors que celles de 35 à 44 ans sont plus réticentes devant une telle forme d'expression. Le degré de scolarisation intervient évidemment, une telle proposition de participation étant plus difficile d'accès pour les gens moins scolarisés, en particulier à Normandin.

4) L'APPRECIATION DE LA TVC

Il s'agit ici d'examiner les réactions se rapportant aussi bien à l'ensemble qu'à des aspects particuliers de la TVC.

A) Le degré d'intérêt des émissions:

Malgré le fait que la cote d'écoute demeure à améliorer, les émissions présentées ont semblé susciter beaucoup d'intérêt, en particulier à St-Félicien: 33.8% d'entre eux et 21.6%, à Normandin, les ont trouvées très intéressantes. De plus, 53.3% (St-Félicien) et 50.3% (Normandin) estiment que l'ensemble des émissions ont été passablement intéressantes. Les autres répondants représentent un auditoire que la TVC ne parviendra à atteindre, au mieux, qu'à très long terme: 20.3% (Normandin) et 9.6% (St-Félicien) jugent les émissions assez peu captivantes, alors que 7.8% (Normandin) et 3.6% (St-Félicien) les trouvent très peu intéressantes.

A Normandin, les émissions soulèvent beaucoup moins l'intérêt des citoyens de 45 ans et plus; on ne retrouve pas à St-Félicien ce manque d'adaptation de la TVC ou l'insatisfaction d'une partie de la population aussi bien identifiée. Les gens les plus scolarisés (12 années ou plus) se prononcent plus défavorablement sur les émissions; l'écart entre les deux autres sous-groupes n'existe qu'à Normandin, le contenu de la TVC plaisant davantage à ceux qui ont de 8 à 11 années de scolarité.

Concernant les genres d'émissions particulièrement aimés, nous nous en tenons à la situation de Normandin (1). Deux types d'émissions sont fort appréciées de la population du secteur: les affaires municipales (19.7%) et les nouvelles (18.8%). A un deuxième palier, l'on retrouve les émissions sur les affaires scolaires (projet de loi 27) avec 10.7%, Oeillets et Chrysanthèmes (9.0%), la pastorale (8.2%) et les variétés (8.2%). Enfin, un troisième groupe d'émissions préférées comprend des sujets comme la ferme expérimentale (5.7%), les sports (4.9%), l'industrie locale (4.1%), la maternelle (4.1%), les loisirs (3.3%) et l'Achat chez nous (2.5%).

Si l'on situe cette position des émissions les plus appréciées par rapport à la <u>teneur collective ou individuelle du contenu</u>, on peut noter l'équilibre qui existe entre ces deux axes: soit 34.4% des émissions "individuelles" et 43.5% des émissions "collectives". Dans le premier cas, les émissions regroupées ont en commun d'intéresser l'individu en diffusant une formation touchant à divers aspects de sa quotidienneté: vie familiale (maternelle), vie religieuse (pastorale), vie de loisir (variétés, sports, Oeillets et Chrysanthèmes). Selon l'autre pôle (affaires municipa-

(1) Une erreur de compilation (i.e. un regroupement prématuré des choix d'émissions) nous empêche de faire état des données obtenues à St-Félicien.

les, projet de la loi 27, problème des loisirs, industrie locale, etc.), la TVC est d'abord envisagée en tant qu'instrument de discussion des problèmes de la collectivité. Par rapport à cette polarisation du contenu des émissions, les "nouvelles" s'avèrent une émission ambivalente, compte tenu des contenus multiples que ce type d'émissions peut véhiculer.

Une comparaison entre ces données obtenues après plusieurs mois d'expérimentation de la TVC et celles recueillies après quelques semaines seulement nous suggère que la TVC est peut-être devenue beaucoup plus "collective", si l'on s'en tient à la dichotomie précédente. Au début du projet de Normandin, l'appréciation favorable de la production à caractère individuel l'emportait nettement, soit 37.3% des répondants comparativement à 18.8% dans le cas des émissions à teneur collective. Cette comparaison n'est toutefois faite qu'à titre purement hypothétique, étant donné l'impossibilité méthodologique de rapprocher les deux sondages. Nonobstant cette incompatibilité méthodologique, il est évident qu'un examen de l'évolution des goûts de la population devrait s'accompagner d'une analyse de contenu des émissions réalisées par la TVC.

Au niveau des diverses variables retenues, on peut souligner que les répondants de 25 à 34 ans présentent un choix différent d'émissions préférées: les "nouvelles", le projet de loi 27 et "Oeillets et Chrysanthèmes". Pour les personnes de 55 ans et plus, les trois émissions les plus appréciées sont les affaires municipales, les "nouvelles" et "la ferme expérimentale". Chez les autres catégories de répondants, on se rend compte de la popularité des "variétés" auprès des gens de 35 à 44 ans. Dans l'ensemble, le degré de scolarisation n'a pas une influence très déterminante.

Concernant les émissions les <u>moins</u> aimées, la pastorale (15.4%) et Oeillets et Chrysanthèmes (15.4%) reviennent le plus souvent en surface. Viennent ensuite les émissions sur les affaires municipales (10.3%) et l'émission "promenade dans les paroisses" (10.3%) qui a suscité beaucoup de mécontentement dans le secteur, en particulier à Girardville. Ces coefficients de désapprobation n'ont évidemment pas le même poids que les coefficients positifs, étant donné qu'ils portent sur un nombre différent de répondants. Les jugements négatifs sont, en chiffres absolus, environ trois fois moins nombreux que les appréciations positives.

B) Le degré d'adaptation des contenus:

Malgré l'intérêt des contenus présentés à la TVC, un grand nombre de personnes (46.5% à Normandin et 35.9% à St-Félicien) font observer qu'elles auraient souhaité voir aborder d'autres sujets; les informateurs possédant 12 années ou plus de scolarité sont nettement plus irrités par l'absence de certains sujets d'émissions. Toutefois, peu de répondants spécifient les thèmes en question. Lorsqu'on le fait, l'accent est surtout mis sur le sport et les variétés. Il ne s'agit donc pas toujours d'une inadaptation des sujets mais plutôt d'un nombre insuffisant d'émissions dans un domaine déjà "couvert" par la TVC.

Si l'on tente d'aborder la question par le biais des sujets dont la population aimerait entendre parler dans l'avenir, on peut discerner un sous-traitement de certains thèmes, tels la drogue. Mais dans l'ensemble on remarque que les sujets négligés par la TVC correspondent effectivement peu aux goûts de la population: par exemple, le syndicalisme, la contestation étudiante, etc.

A Normandin, les drogues (12.8%), les variétés (11.2%), les "nouvelles" (9.7%), les affaires municipales (9.6%) et les industries du secteur (8.7%) sont les cinq sujets les plus en demande. La sélection est la même à

St-Félicien, bien que l'ordre soit différent: les affaires municipales (16.0%), les drogues (12.1%), les variétés (11.0%), les "nouvelles" (8.5%) et les industries de la ville (8.2%). Les affaires municipales suscitent plus l'intérêt de la population de St-Félicien. Parmi les autres sujets qui retiennent passablement l'attention, il y a la pastorale (6.9% à Normandin et 5.8% à St-Félicien), la connaissance des organismes du milieu (5.4% et 7.2%), les loisirs (5.2% et 6.5%), les affaires scolaires (7.4% et 4.6%) et le travail de la femmes (4.7% et 6.7%). Les sujets relégués davantage à l'arrière-plan sont la coopérative (1.3% et 0.1%), la contestation étudiante (2.0% et 2.6%), le syndicalisme (2.2% et 1.1%), le chômage (3.2% et 4.2%) et l'assistance sociale (4.0% et 2.7%). S'il n'est pas étonnant que la contestation étudiante, par exemple, vienne aussi loin dans les préoccupations des gens (compte tenu de la liste de problèmes proposés), tel n'est pas le cas pour la position occupée par l'assistance sociale et le chômage.

En plus du goût évident de plusieurs personnes pour la "télévision-divertissement" (cf. la place des variétés dans l'échelle des priorités), une telle répartition des préférences laisse également apparaître l'émergence d'un besoin d'information dans un domaine déjà abondamment abordé par les media de masse, soit les drogues. Loin de satisfaire

les demandes d'information, les media n'auraient fait qu'éveiller l'intérêt des gens. Ou encore, sans nécessairement concerner l'aspect quantitatif de l'information, il s'agirait surtout du mode de traitement du problème des drogues. La TVC permettrait un échange continu d'opinions et d'expériences sur un sujet qui préoccupe beaucoup de gens.

Une formulation négative de la même question (i.e. les sujets qu'on n'aimerait pas voir aborder à la TVC) confirme le peu d'attrait qu'exercent la contestation étudiante et le syndicalisme. Les motifs d'une telle réaction sont surtout explicités dans le premier cas. Certains mettent en évidence le caractère "futile" de la contestation assimilée à une manifestion propre à des gens "qui n'ont pas assez connu les sacrifices et la souffrance". D'autres estiment qu'il n'est pas opportun de faire une publicité à une réalité qu'on veut voir disparaître.

La pastorale (8.5% et 7.7%), l'agriculture et la forêt (7.0% et 9.4%) et les coopératives (6.4% et 7.7%) sont des sujets que plusieurs n'aimeraient pas voir traiter à la TVC. Dans le cas de la pastorale, il s'agit donc d'un thème controversé puisqu'il a tout de même recueilli passablement d'appréciations positives. A Normandin, on constate que les drogues (8.5%) représentent un sujet qui

provoque une certaine opposition. L'assistance sociale est davantage un thème "tabou" à Normandin (7.5%) qu'à St-Félicien (4.8%). Parmi les raisons qu'on invoque dans ce cas, il y a le fait "qu'il est dangereux d'en venir à des particularités qui pourraient blesser les intéressés".

C) Le niveau de langage dans les émissions:

Il est arrivé à 30.0% et 28.2% des répondants d'avoir de la difficulté à comprendre le sens des mots utilisés par certains participants aux émissions. Ces personnes réfèrent-elles au langage "savant" employé parfois pour désigner une réalité assez simple ou s'agit-il plutôt d'une difficulté de compréhension de termes assez courants dans une discussion sur des problèmes complexes comme le regroupement municipal? Si le problème relève surtout de la première situation, il demeure relativement facile d'y remédier en exigeant de certains participants un effort de simplification de leur vocabulaire. Dans la deuxième hypothèse, nous serions en présence d'un problème culturel qui deviendra de plus en plus crucial à mesure que la TVC s'orientera davantage vers la discussion des problèmes collectifs vitaux du milieu.

La scolarisation est la variable la plus significative: la difficulté de saisir certains mots est plus grande chez les moins scolarisés A St-Félicien, par exemple, 41.7% d'entre eux éprouvent de la difficulté comparativement à 28.5% (8-11 années) et 16.3% (12 années et plus).

D) L'utilité de la TVC comme moyen de communication:

Au-delà du contenu, nous nous intéressons ici à la perception que la population a de l'utilité du medium lui-même. Nous avons demandé aux gens ce qu'ils pensaient de l'opinion suivante: "La télévision communautaire n'a pas vraiment d'utilité; les gens se rencontrent assez; ils sont au courant de ce qui se passe et les communications sont bonnes". La majorité des répondants (51.7% à Normandin et 62.6% à St-Félicien) sont en désaccord avec l'affirmation globale; en outre, 18.3% (Normandin) et 16.7% (St-Félicien) se disent incertains de leur opinion. Il convient donc d'enregistrer le fait que le milieu de vie plus "complexe" mais en même temps plus "concentré" (St-Félicien) ressent davantage le besoin de la fonction "communication" que remplit la TVC.

Les informateurs de 55 ans et plus mettent davantage en doute la capacité de la TVC d'être un outil de communication utile; c'est aussi le cas des répondants qui possèdent 7 années ou moins de scolarité.

E) <u>L'efficacité de la TVC comme moyen de discussion des problèmes du milieu</u>:

La comparaison de la TVC avec les réunions publiques et les journaux comme lieux de discussion des enjeux de la collectivité constitue une autre dimension centrale d'une appréciation du phénomène de la TVC. Il existe ici une grande différence entre les deux milieux de vie: 56.1% (Normandin) et 78.8% (St-Félicien) des répondants sont d'accord avec l'affirmation que la TVC est plus efficace que les <u>réunions publiques</u> pour faciliter la discussion de certains problèmes collectifs; par ailleurs 25.0% et 10.1% s'abstiennent de se prononcer.

La TVC est encore mieux appréciée si l'on compare avec les journaux: 74.0% (Normandin) et 84.8% (St-Félicien) des informateurs sont persuadés de l'efficacité supérieure de la TVC. Il faut néanmoins nuancer ces données par le fait qu'il n'existe pas de journaux spécifiquement locaux dans ces deux milieux. Le journal situé le plus près de la vie locale est préparé à Roberval, soit à 28 milles de Normandin et à 12 milles de St-Félicien.

F) Le vote en faveur ou contre la TVC:

La possibilité de se prononcer pour ou contre la poursuite du projet de télévision communautaire peut être considérée comme un indice global d'appréciation de ce nouveau phénomène. Dans l'ensemble, l'expérience de TVC est fort bien accueillie par la population, en particulier à St-Félicien: 42.3% des répondants de Normandin et 74.6% de ceux de St-Félicien expriment inconditionnellement leur adhésion à la continuation de l'initiative communautaire. De plus, 27.4% (Normandin) et 16.7% (St-Félicien) manifestent un appui mitigé par diverses considérations. On constate donc que seulement 5.7% (Normandin) et 1.0% (St-Félicien) des informateurs s'opposent carrément au développement de ce nouveau modèle de télévision. L'incertitude d'environ 25.0% et de 10.0% des répondants de Normandin et de St-Félicien pourrait traduire de l'indifférence ou une opposition confuse et hésitante. Comment expliquer l'attrait beaucoup plus grand exercé par la TVC, à St-Félicien?

Sans pouvoir replacer les résultats du vote dans l'ensemble des données du sondage, on peut avancer quatre explications. Il y a d'abord le problème de la qualité technique du réseau de câble: la situation défavorisée de Normandin n'est pas de nature à encourager l'écoute permanente

des émissions. Deuxièmement, la crainte d'avoir à défrayer des coûts énormes est effectivement plus ancrée dans la population de Normandin, comme nous le verrons plus loin. Un troisième facteur résiderait dans la plus grande difficulté de la TVC de Normandin (St-Thomas, Girardville et Normandin) de s'identifier "communautairement": d'une part, la dispersion géographique des lieux aurait donné libre cours à un certain esprit de clocher; d'autre part, les partisans d'une unité sectorielle se seraient montrés un peu sceptiques devant le fait que la TVC rejoint présentement seulement 40% du secteur. Enfin, on peut faire intervenir la qualité de l'approche des responsables de la TVC auprès de la population. A cet égard, St-Félicien aurait été favorisé par la présence de corps intermédiaires et de mouvements plus facilement accessibles et également par la plus grande cohésion idéologique au sein de l'équipe responsable du projet.

Nous éliminons deux autres explications possibles: la présence plus "lourde" de l'O.N.F. à Normandin et le contenu même de la TVC. Il faut reconnaître que plusieurs responsables de Normandin étaient étrangers au milieu (non seulement les représentants de l'O.N.F., mais aussi des animateurs dont l'appartenance est d'abord régionale et non strictement locale, comme cela était davantage le cas de St-Félicien). L'influence relativement mince de ce facteur

tiendrait principalement au fait que cette "présence étrangère" était entourée d'un nombre relativement important d'artisans bien intégrés au milieu. Dans le cas du contenu, la "parenté" des productions de Normandin et de St-Félicien nous incite à croire que cet élément demeure négligeable dans l'ensemble. Cela n'exclut pas la possibilité très réelle que le remous provoqué par l'émission "Promenade dans la campagne" ait diminué la popularité de la TVC à Normandin (d'autant plus qu'il s'agissait de la première émission après l'interruption survenue après la semaine intensive) ou que la diffusion des séances du conseil municipal de St-Félicien (on a pu se rendre compte précédemment de la cote d'écoute élevée de ces émissions) ait eu des répercussions sur l'appréciation même du phénomène de TVC.

5) L'IMPACT DE LA TVC

Au préalable, il importe de rappeler de nouveau que les objectifs du questionnaire ne visaient pas à mesurer l'influence de la TVC dans le développement d'une prise de conscience des problèmes du milieu ou les changements individuels provoqués par l'écoute de la télévision communautaire. Tout au plus avons-nous ici un ensemble d'indications approximatives sur un éventail d'influences possibles de la TVC.

A) La TVC comme source d'information:

Selon 47.9% (Normandin) et 38.6% (St-Félicien) des gens, les propos tenus à la TVC ajoutaient généralement peu de choses à ce qu'ils savaient déjà. Malgré l'imprécision du contenu de l'information, une telle proportion apparaît assez considérable en raison des objectifs d'information et d'animation que s'est explicitement assignés la TVC. Ce jugement sévère formulé par la population correspond effectivement en grande partie aux types de contenus diffusés, comme l'a révélé une analyse sommaire des émissions.

Les personnes de 15 à 24 ans et celles dont la scolarité est supérieure à 11 années perçoivent plus difficilement ce qu'ils auraient pu apprendre par le canal de la TVC.

B) La TVC et les enjeux réels de la collectivité:

Une proportion analogue à la précédente (44.9% à Normandin et 37.3 à St-Félicien) pensent que la TVC n'a pas beaucoup touché à leurs vrais problèmes. On peut interpréter cette réponse comme l'une des critiques les plus fondamentales de l'orientation d'une TVC qui voulait privilégier

les problèmes vitaux de la communauté. En outre, environ le tiers (33.3% et 37.8%) se disent incertains de leur opinion. Peu importe la définition que chacun donne des "vrais" problèmes, il reste assez peu de répondants pour percevoir une TVC suffisamment branchée sur leurs véritables préoccupations.

En dépit de cette contestation globale, la plupart des gens (68.3% à Normandin et 77.3% à St-Félicien) reconnaissent que la TVC a tout de même procuré l'occasion à certaines personnes de parler de problèmes peu discutés par la population.

C) La connaissance du milieu:

Concernant les effets de la TVC sur la plan d'une connaissance plus approfondie des leaders, des organismes, des activités du milieu dans lequel on vit, l'écart entre Normandin et St-Félicien est encore plus marqué: respectivement 67.4% et 84.6% sont d'avis que la TVC a eu une telle influence positive. Seulement 18.3% (Normandin) et 6.6% (St-Félicien) nient cette forme d'impact.

Si l'on isole maintenant la dimension "leaders" du milieu en général, la proportion des gens (68.7% et 80.3%) qui ont eu l'impression de connaître davantage les maires, les députés, les présidents d'organismes, etc., se compare avec celle relative à l'ensemble du milieu.

Si l'on s'en tient à la dimension scolaire du milieu (une meilleure connaissance des étudiants, des professeurs et des problèmes de l'école), la proportion baisse à 55.5% à Normandin et 68.1% à St-Félicien. On hésite également beaucoup plus à faire part de son impression.

Ce consensus sur l'influence positive de la TVC n'empêche pas les répondants (77.3% à Normandin et 89.7% à St-Félicien) de penser que les conseils de ville, les associations, etc., auraient dû se servir davantage de la TVC pour faire connaître leurs activités.

D) L'implication personnelle dans la vie du milieu:

Au-delà de l'impact de la TVC sur le plan de l'information ou au-delà de sa liaison plus ou moins étroite avec les véritables problèmes du milieu, nous entrons, avec cet indice, au centre de la télévision qui développe le sens de la participation affective et de l'engagement total. C'est en ce sens que nous avons demandé aux gens si la TVC leur avait donné l'impression d'être plus présents à la vie du milieu. De nouveau, on constate un écart énorme entre Normandin et St-Félicien puisque respectivement 60.3% et 80.5% des répondants ont éprouvé le sentiment de faire davantage partie de leur milieu.

E) La démystification de la télévision:

Il s'agit ici d'un impact à résonance plus individuelle puisque nous avons voulu connaître si la TVC avait influencé la relation entre l'individu et la télévision de masse, à la fois comme consommateur et comme participant au processus de production.

Pour la majorité des gens (66.9% à Normandin et 61.6% à St-Félicien), le fait que la TVC a été faite chez eux n'a rien changé dans leur façon de regarder les autres postes de télévision de la région; de plus, 15.5% et 22.8% se disent incertains. Les principaux changements notés par ceux qui ont ressenti une différence concernent, à Normandin, leur attitude face aux producteurs eux-mêmes (33.7% trouvent que les "professionnels" ne font parfois pas mieux qu'eux) et le choix des programmes (26.6%). Une proportion relativement élevée de répondants (17.2%) ont pris conscience du fait "que la télévision des autres postes n'est pas toujours là pour répondre aux besoins de notre secteur". Les deux autres changements possibles sont mentionnés par peu de personnes: une attention plus grande aux erreurs techniques (9.1%) et une critique plus fréquente des émissions (8.0%).

La situation est identique à St-Félicien, sauf que l'importance accordée aux facteurs "attitude face aux professionnels" et "adéquation de la télévision aux besoins du milieu" est pratiquement inversée. A St-Félicien, on pose donc directement le problème de la communication sociale, alors qu'à Normandin la comparaison de la TVC avec le rendement des professionnels intéresse le plus grand nombre de répondants.

En plus du fait que la majorité des répondants n'ont pas perçu de changement dans leur façon de consommer la télévision, on peut émettre l'hypothèse (par le biais d'une autre question) que la télévision communautaire a renforcé une certaine forme de mystification. En ce sens qu'à côté de la TVC, l'image des postes traditionnels apparaîtrait désormais plus "brillante". Ainsi, 38.0% et 37.2% des répondants affirment que la TVC leur a permis d'aimer davantage ce que leur présentaient les autres postes de télévision de la région; de plus 26.8% (Normandin) et 34.6% (St-Félicien) s'abstiennent de se prononcer. Le "raffermissement" du schème traditionnel de référence s'applique davantage aux adultes de 55 ans et plus et aux personnes moins scolarisées (7 années ou moins).

Lorsqu'on dépasse l'optique de la télévision-consommation, on constate que l'effet de démystification produit par la TVC est encore plus grand à St-Félicien qu'à Normandin: 28.8% des gens (comparativement à 19.2% à Normandin) estiment que la télévision est un moyen plus simple qu'ils ne le croyaient. Si l'on situe cette opinion au niveau des comportements ("à la suite de votre expérience avec la télévision communautaire, auriez-vous moins ou plus de crainte de passer à l'un des autres postes), l'impact de la TVC apparaît avec moins d'intensité, même si l'écart entre les deux milieux se maintient: 17.0% (St-Félicien) et 9.6% (Normandin) des gens éprouveraient maintenant moins de crainte de paraître à la télévision. Chez quelques-uns (1.1% et 3.2%), la TVC a plutôt amplifié leur malaise face à la télévision.

Par rapport à des dimensions, comme l'écoute et la participation, la plupart des indices relatifs à l'impact de la TVC convergent donc vers une distinction très nette entre les deux milieux. Cette situation soulève deux types d'interrogations. Premièrement, on peut se demander si ce résultat est significatif de la distinction plus fondamentale "rural-urbain" ou s'il tient d'abord à des facteurs

inhérents aux démarches d'action suivies par les deux équipes responsables des projets de TVC. Malgré quelques différences organisationnelles, les expériences de Normandin et de St-Félicien nous semblent avoir été menées selon un schème de référence fondamentalement équivalent (1). Nous ne croyons pas pour autant que l'impact supérieur de la TVC en milieu relativement urbain (St-Félicien) permette d'extrapoler systématiquement en fonction de ce critère, en ce sens qu'une TVC aurait plus d'impact à Chicoutimi qu'à St-Félicien et à Québec qu'à Chicoutimi jusqu'au moment d'atteindre probablement un seuil. L'influence déterminante du milieu, au Lac St-Jean, serait surtout attribuable aux particularismes de St-Félicien et de Normandin plutôt qu'à leur position sur le continuum rural-urbain.

Une deuxième interrogation porte sur le niveau de l'impact produit par la TVC. L'impact serait-il aussi fort si on dépassait le plan superficiel du sentiment de participation, de la connaissance du milieu et des leaders, etc., pour envisager plus directement le niveau du changement social lui-même? L'orientation donnée à la TVC de même que l'évolution de l'expérience n'ont même pas permis de sonder

(1) Au moment du sondage, l'originalité de la démarche de St-Félicien (i.e. l'orientation partielle de la TVC sur le projet Prospection Industrielle) ne s'était pratiquement pas encore manifestée.

les possibilités de la TVC à ce niveau plus profond. Dans l'affaire de la Kruger (une industrie du papier promise depuis de nombreuses années), par exemple, la contribution de la TVC s'est avérée fort mince sur le plan d'une prise de conscience par la population de la signification réelle et intégrale du pourrissement de la situation. Le style trop exclusivement "reportage" adopté par la TVC n'était pas de nature à provoquer une discussion soutenue du problème, malgré la qualité extraordinaire de l'un des reportages réalisés. En réalité, l'inutilisation presque totale d'un tel document représente l'un des paradoxes les plus inexplicables de la TVC.

Dans l'ensemble, un milieu comme St-Félicien apparaît, sous bien des aspects, comme un milieu idéal pour le développement de la TVC, compte tenu de sa taille, de son homogénéité culturelle, de sa situation socio-économique difficile, etc. Par exemple, St-Félicien est en mesure de contrecarrer assez efficacement un phénomène comme celui de St-Thomas (secteur Normandin) où l'emprise d'un seul industriel sur le village est telle qu'elle a rendu pratiquement impossible la production d'émissions sur le syndicalisme. En revanche, la configuration socio-politique (les élites du pouvoir, les groupes de pression, etc.) et socio-culturelle (le dynamisme des mouvements, la réceptivité face au changement, etc.)

impose probablement beaucoup de contraintes au développement d'un modèle de TVC misant sur le conflit social. Des relations sociales basées sur la coopération semblent convenir beaucoup mieux à un tel milieu.

6) L'IMAGE DE LA TVC:

A) L'identification:

Au niveau symbolique même du sigle qui identifiait le phénomène de la TVC, l'image dominante associée au terme "communautaire" concerne la participation populaire à une nouvelle forme de télévision (50.9% à Normandin et 58.5% à St-Félicien). A cette représentation de la TVC se juxtapose une image qui fait plutôt référence aux objectifs de cette câblovision, c'est-à-dire au lien (théorique) étroit entre cette télévision et les affaires de la communauté (38.5% et 33.6%). Enfin, il devient évident que la façon d'identifier la TVC comporte en soi une forte charge émotive: seulement 7.6% et 6.4% des répondants réduisent le sigle à une façon comme une autre d'identifier le poste de la télévision locale.

Pour ce qui est de la dimension géographique de la TVC, la grande majorité (74.3%) des informateurs de Normandin (cet aspect ne s'applique pas à St-Félicien) identifient la communauté à l'ensemble du secteur. Le concept d'une TVC couvrant uniquement les préoccupations de la paroisse ou du village n'est bien accueilli que par 13.8% des gens. Les adultes les plus jeunes relient davantage la TVC à l'ensemble du secteur. La scolarité aussi est déterminante: seulement 56.1% des personnes peu scolarisées optent pour une TVC ouverte sur le secteur comparativement à 81.3% (8 à 11 années) et 92.7% (12 années ou plus).

B) Le sentiment d'appartenance:

L'image qui se dégage à ce niveau est fort positive, en particulier à St-Félicien: 86.1% et 54.9% sont d'avis que la TVC est une affaire qui appartient aux gens de leur milieu. A Normandin, plusieurs personnes croient donc qu'un "gang" (10.4%) que l'école (8.8%) ou que l'Office National du film (7.7%) se sont appropriés la TVC. En outre, il faudrait tenir compte des gens (11.5%) qui estiment que la TVC est contrôlée par Normandin et non par l'ensemble du secteur. On peut probablement s'étonner du fait que l'image scolaire ne soit pas mise plus en relief, compte tenu

du cadre (l'école) des activités de la TVC, de la sur-représentation des étudiants et des professeurs de même que des responsabilités financières assumées par les "autorités" du monde scolaire.

En relation indirecte avec la présence de l'O.N.F., une question supplémentaire tend à confirmer que cette présence n'a pas semblé trop "embêter" la population. Seulement 7.8% (St-Félicien) et 6.2% (Normandin) des gens soutiennent avoir été dérangés par la venue de certaines personnes étrangères. En outre, 20.4% et 21.4% des répondants se disent incertains de leur opinion. La formulation de la question ne visait pas explicitement les agents de l'O.N.F., mais dans les circonstances ils représentaient certes la catégorie la plus importante.

Pour revenir au contrôle exercé par la localité de Normandin seulement et non par l'ensemble du secteur, une question destinée à approfondir le sujet indique bien l'emprise de cette municipalité. Près de la moitié des gens (46.5%) croient que la TVC est davantage une affaire de Normandin que de Girardville et de St-Thomas. Il s'agit d'une impression effectivement fondée sur la réalité: concentration des activités, sur-représentation au sein du conseil d'administration, etc. D'ailleurs, les répondants de Normandin même reconnaissent cet état de fait.

C) La spécificité de la TVC:

Nous voulions voir ici si la TVC était perçue comme le simple prolongement ou, si l'on veut, la version locale de la télévision de masse, ou plutôt comme présence particulière qui, par un aspect quelconque, la distinguait assez nettement de ce qui existait déjà. Plus de la moitié des informateurs (54.7% à Normandin et 57.1% à St-Félicien) sont d'accord avec l'énoncé de la proposition: "La télévision communautaire est un poste de télévision semblable aux autres mais en plus petit". De plus, 4.9% et 13.8% sont dans l'incertitude face à une telle question. Ce qui signifie que le concept de télévision communautaire, peu importe pour l'instant la diversité de son contenu, est assimilé par la minorité de la population.

Les gens de 35 à 44 ans se représentent davantage la TVC comme un "mini format" de la télévision de masse. Les répondants les plus scolarisés saisissent beaucoup plus facilement les propriétés respectives des deux types de télévision.

Si l'on considère les différences qui sont mises en évidence, on constate passablement de variations entre les deux milieux concernés. A Normandin, la "couleur locale" ("ce sont des gens d'ici qui passent aux émissions") ressort

nettement comme l'élément dominant (32.2%), alors qu'il ne vient qu'au quatrième rang (16.9%) à St-Félicien, après la spontanéité (24.9%), l'appartenance communautaire de la TVC (23.9%) et la facilité de participation (17.8%). L'accessibilité de la TVC et son identification à la communauté sont presque aussi souvent mentionnées à Normandin. En revanche, le caractère spontané (24.9% vs 17.1%) et l'aspect éducatif de cette télévision (9.8% vs 4.8%) retiennent davantage l'attention de la population de St-Félicien.

On remarque donc que les deux dimensions qui contribuent avant tout à définir le phénomène même de la TVC (soit l'appartenance à la communauté et la possibilité plus grande de participation) sont particulièrement appréciées par plus du tiers des répondants, à Normandin comme à St-Félicien. Compte tenu de la durée relativement brève d'expérimentation, c'est une tendance assez intéressante.

En plus d'être plus intense à Normandin qu'à St-Félicien, le sentiment lié à la couleur locale se manifeste plus vivement à St-Thomas et Girardville qu'à Normandin. Cette possibilité de reconnaître à l'écran des visages familiers est donc nettement fonction de la taille du milieu de vie. Ce facteur impressionne davantage les individus les moins scolarisés, alors que la relation est inversée au niveau des possibilités accrues de participation qu'offre la TVC.

D) Les intentions des responsables de la TVC:

Selon 44.9% et 50.2% des répondants de Normandin et de St-Félicien, les responsables de la TVC voulaient surtout fournir un moyen d'expression qui permît à la population de discuter de ses problèmes de façon à pouvoir mieux les résoudre. Sans pouvoir distinguer si cette image de la TVC a été forgée à partir des réalisations quotidiennes ou à partir de l'information diffusée par les responsables sur leurs objectifs, il s'agit là d'une proportion élevée de personnes sensibilisées aux objectifs poursuivis par la TVC. On le voit encore mieux lorsqu'on s'attarde aux proportions recueillies par deux autres "images" possibles: un poste local de télévision ajouté aux deux autres canaux (2.5% et 4.4%) et un moyen de donner des cours de tout genre (3.1% et 4.4%). Dans ce dernier cas, toute confusion avec le programme Tévec a donc facilement été évitée.

Les répondants de Normandin situent beaucoup plus les intentions des responsables au niveau de l'expérimentation elle-même ("pour faire une expérience"): c'est le cas de 34.2% d'entre eux comparativement à seulement 13.2% à St-Félicien.

Les informateurs de 25 à 54 ans et, à un degré moindre, ceux de 35 à 44 ans, perçoivent plus clairement la TVC comme instrument de discussion des problèmes du milieu; par contre, ceux de 55 ans et plus sont particulièrement éloignés d'une telle conception de la TVC. La place publique nouvelle que peut constituer la TVC est également plus difficilement perçue par la population moins scolarisée.

E) La représentativité de la TVC:

Les données rassemblées ici apportent quelques indices du degré de correspondance entre les valeurs de la population et celles qui sont véhiculées par la TVC. D'une façon globale, on semble satisfait du rôle rempli par la TVC comme reflet de la vie du milieu: 55.2% (Normandin) et 66.1% (St-Félicien) croient que la TVC a traduit suffisamment les préoccupations du milieu; on relève toutefois une forte proportion d'indécis (29.6% et 26.6%). A l'intérieur du secteur Normandin, les résidents de Girardville (24.1%) et St-Thomas (47.4%) sont évidemment beaucoup moins d'accord que ceux de Normandin (65.9%) sur l'ajustement de la TVC aux réalités du milieu. Cet écart confirme de nouveau le problème que pose la concentration des activités à Normandin. Même en l'absence d'une analyse de l'origine des participants et des

sujets abordés, on peut avancer avec assez de certitude que les localités périphériques n'ont pas reçu une attention suffisante. Une telle situation se serait probablement corrigée d'elle-même si la TVC avait été beaucoup plus orientée vers les enjeux collectifs du secteur, tel le regroupement municipal.

L'image positive de la TVC sur le plan de son "adaptation culturelle" au milieu doit être nuancée par le fait que plusieurs ont perçu les responsables de la TVC comme un élément de distorsion: pour 35.7% (Normandin) et 23.0% (St-Félicien) des informateurs, "ce qui était dit à la télévision communautaire représentait trop souvent uniquement les idées des responsables de la TVC". Cette proportion est élevée, compte tenu du nombre d'indécis, 34.8% et 40.8%. Cette difficulté d'être sur la même "longueur d'ondes" que la population avait également été mise en relief au niveau de l'inadéquation des contenus de la TVC et des "vrais" problèmes de la population.

Cette interférence des responsables ne va toutefois pas jusqu'à rendre difficile l'accès de la TVC au "citoyen ordinaire", puisque seulement 16.8% (Normandin) et 19.8% (St-Félicien) des répondants sont d'avis que les responsables n'auraient pas aimé voir le "citoyen ordinaire" se servir de

la TVC. Les personnes de 55 ans et plus voient davantage d'obstacles dans l'utilisation de la TVC par le "citoyen sans tribune".

F) Le coût de la TVC:

Sur ce plan, l'image de la TVC est particulièrement à refaire à Normandin, puisque 33.7% des gens sont persuadés du coût trop élevé de la télévision communautaire; à St-Félicien, la proportion s'établit à 17.0%. De plus 55.5% et 50.9% des répondants préfèrent ne pas se prononcer. Un effort d'information s'imposerait d'autant plus qu'à la suite d'un reportage sur l'expérience de Normandin ("Format 60"), certaines personnes ont l'impression que le financement de la TVC est une entreprise de l'ordre de 4 millions de dollars; la confusion provient du fait que l'émission de Radio-Canada a fait écho au coût du projet Tévec.

D'ailleurs, lorsqu'on demande aux informateurs du secteur Normandin si la population accepterait de payer un émetteur (un instrument de $4,000 à $5,000 permettant aux cinq paroisses du secteur de capter la TVC), seulement 11.0% en sont convaincus. Plus du quart des répondants (26.6%) sont catégoriques au sujet du refus des gens de mettre le prix pour obtenir une extension géographique de la TVC.

Quant aux modalités de financement, la moitié (47.2%) de ceux qui se prononcent désignent les municipalités comme source à exploiter; 16.4% optent plutôt en faveur des organisations du milieu; enfin, 36.4% préféreraient que l'ensemble de la communauté assume le coût d'un tel investissement.

7) L'ORIENTATION FUTURE DE LA TVC:

Dans cette section, il s'agit de voir comment les populations envisagent l'avenir de la TVC au niveau des objectifs à poursuivre, du fonctionnement de l'organisation, de la forme des émissions et, finalement, des conditions d'écoute de la TVC. Il convient peut-être de noter que les questions posées ici font presque exclusivement référence au contexte actuel de la TVC. Dans un autre sondage, il faudrait aller beaucoup plus loin pour connaître les attentes de la population par rapport à d'autres modèles possibles de TVC.

Enfin, nous avons également intégré sous le présent thème quelques questions portant sur la perception que les populations concernées ont de leur milieu socio-économique. Cette vision du milieu est susceptible d'influencer grandement l'orientation future de la TVC. Selon le degré de conscience que l'on possède du rythme de développement du milieu et de ses besoins, le rôle dévolu à la TVC risque de varier considérablement.

A) Les objectifs:

L'importance presque égale accordée à deux types d'objectifs très éloignés l'un de l'autre est assez significative de la difficulté de définir une TVC. En effet la télévision-divertissement (variétés, films, quizz, sports) et la télévision-prise de conscience des problèmes du milieu recueillent chacune 27.0% environ des réponses à Normandin et 28.9% et 33.9% à St-Félicien. La télévision scolaire (cours divers) intéresse 7.9% et 8.9% des gens. Enfin, la télévision-information (renseignements sur les activités du milieu; conseils pratiques sur divers champs d'activités) est plus populaire à St-Félicien (17.7%) qu'à Normandin (11.8%). On constate également que beaucoup plus de personnes de Normandin (22.8% contre 10.1%) n'ont pas d'idées particulières là-dessus.

Le fait dominant de la distinction établie entre quatre conceptions de la TVC (selon que l'un ou l'autre aspect suivant domine: l'information, la discussion de problèmes du milieu, le divertissement et les cours), c'est la popularité de la télévision-divertissement qui illustre l'ampleur de la tâche d'implanter un mécanisme de communication à côté des attentes traditionnelles suscitées par la télévision de masse.

B) Le fonctionnement de la TVC:

Pour 22.6% (Normandin) et 30.2% (St-Félicien) des répondants, le bilan de la TVC est suffisamment positif pour ne pas désirer de changements dans son mode de fonctionnement. Par ailleurs, on peut regrouper les changements souhaités en fonction de la capacité ou non des responsables du projet et des artisans d'y donner suite. Par exemple, l'amélioration de la qualité technique des émissions est largement soumise aux contraintes inhérentes à l'utilisation de la technologie du ½ pouce et à la diffusion par câble. La marge de manoeuvre laissée aux responsables de la TVC s'accompagne surtout de la nécessité d'expliquer à la population que les déficiences techniques sont le prix à payer pour accéder à une télévision plus malléable. Par contre, la préparation des émissions constitue un objet de changement immédiatement contrôlable par les responsables et les artisans.

A Normandin, les réponses se répartissent également entre les deux types de changements réclamés (selon que les responsables sont capables ou non de faire les changements demandés): 39.1% et 37.8%. Dans le premier groupe, la qualité technique des émissions (23.6%) et la diffusion de la TVC à la grandeur du secteur de Normandin (15.5%) sont les deux item inclus. Dans le cas des attentes susceptibles d'être comblées beaucoup plus rapidement, une meilleure préparation des émissions (18.8%) et le choix des sujets d'émissions (13.0%) viennent

en tête de liste. Une communication plus grande entre les responsables de la TVC et la population (5.5%) ainsi que le renouvellement des responsables (0.5%) sont deux facteurs mentionnés aussi.

La comparaison directe avec St-Félicien n'est pas possible puisqu'il a fallu retirer de la liste des changements suggérés le problème de la diffusion à la grandeur du territoire. Il est toutefois assez étonnant de constater le grand nombre de personnes (24.3%) qui demande une meilleure qualité technique des émissions, compte tenu du très bon état du câble par comparaison avec celui de Normandin. Les autres changements recueillent à peu près la même proportion de réponses qu'à Normandin, sauf en ce qui a trait aux échanges entre les responsables de la TVC et la population (10.9%).

Les jeunes de 15 à 24 ans ont des exigences plus sévères au niveau de la préparation des émissions et du choix des sujets d'émissions. Ce comportement critique se traduit souvent par de la raillerie, comme nous avons pu nous en rendre compte en visionnant les émissions avec quelques familles.

C) La formule des émissions:

Environ le tiers des répondants (35.0% et 33.6%) n'indiquent pas de préférence sur la formule d'émission. A Normandin, la présentation d'un film documentaire pour illustrer un sujet est une formule très en demande (23.3%). La TVC a eu peu recours au film, exception faite de la semaine intensive de production qui a précédé l'implantation même du projet. Le style-forum ("discussion libre entre plusieurs personnes") est également assez apprécié (15.2%). Cette modalité de discussion suscite plus d'adhésions que celle où un animateur interroge une ou deux personnes (11.2%). L'idée d'aller rencontrer les gens chez eux est bien reçue de 10.2% des répondants. La formule d'un exposé donné par un individu plaît à 4.1% des gens.

A St-Félicien, la discussion-forum (22.3%) et la discussion avec un animateur (19.1%) l'emportent sur la formule du film-documentaire (15.0%). Le reportage (7.7%) et l'exposé (1.4%) viennent au même rang qu'à Normandin.

Pour ce qui est du temps à accorder à un sujet d'émission, la grande majorité des informateurs (60.6% et 67.7%) le font naturellement varier selon l'intérêt de chaque sujet. Par ailleurs, 22.8% et 21.3% des gens précisent que la durée idéale est de 10 à 25 minutes. Peu de répondants

(4.5% et 2.7%) favorisent la brièveté (moins de 10 minutes) ou un traitement plus approfondi de 25 minutes ou plus (1.2% et 3.4%).

Parmi ceux qui se prononcent directement sur le principe d'une série d'émissions sur un même sujet, on rencontre plus d'opposition que d'appui. Toutefois, la grande majorité (68.5% à Normandin et 77.5% à St-Félicien) subordonnent leur opinion au thème d'émission en question.

D) Les conditions d'écoute de la TVC:

Le dimanche est la journée qui convient le mieux pour l'écoute de la TVC, autant à Normandin (30.9%) qu'à St-Félicien (24.2%). Un handicap sérieux entre toutefois en ligne de compte (du moins à Normandin), puisqu'il n'y a pas consensus sur la partie de la journée: l'avant-midi, l'après-midi et le soir ont une popularité équivalente. Une petite erreur de compilation ne nous permet pas de connaître la distribution détaillée des réponses, à St-Félicien.

A Normandin, le mercredi semble fort approprié (18.4%), tandis que le samedi (18.4%) vient en deuxième position à St-Félicien. Cependant, la journée du mercredi est également la plus populaire à St-Félicien, si l'on exclut

la fin de semaine. Les journées de mardi et de vendredi sont particulièrement à éviter.

La troisième place que prend le lundi, à Normandin, indique en même temps que le choix de cette journée durant les premiers mois de l'expérience concordait assez mal avec les habitudes d'écoute et la disponibilité de la population.

Concernant les heures du soir les plus propices au visionnement de la TVC, les goûts sont bien partagés exception faite de la fin de soirée (de 10 à 11 heures). Pour les heures du souper (5 à 6½ heures), d'après-souper (6.30 à 8.00 heures) et du milieu de la soirée (8.00 à 10.00 heures), les proportions sont respectivement de 24.8%, 35.9%, 36.6% à Normandin et 29.8%, 30.3% et 27.9% à St-Félicien. Il faudrait ajouter que la fin de soirée est beaucoup plus appréciée à St-Félicien (12.0%) qu'à Normandin (2.7%); d'autre part, les femmes sont beaucoup plus en faveur du milieu de la soirée.

En plus du cadre familial d'écoute, nous avons voulu savoir si la population admettait le principe d'un visionnement en groupe. On y est beaucoup plus opposé à Normandin (22.3%) qu'à St-Félicien (7.2%). La majorité

(54.2% et 61.0%) ne veulent pas se prononcer catégoriquement sur le bien-fondé d'une diffusion des émissions dans une salle publique de façon à faciliter la discussion.

Le déséquilibre entre les deux milieux se rétablit quelque peu lorsqu'on demande à chacun s'il viendrait personnellement: la proportion des opposants passe à 28.5% à Normandin et à 14.2% à St-Félicien. Le nombre des hésitants est encore très élevé: 57.0% (Normandin) et 61.4% (St-Félicien). Cela laisse tout de même une proportion suffisamment forte pour assurer la viabilité d'expériences en ce sens.

E) Perception du milieu socio-économique:

Rythme de développement:

Concernant cet important indice, nous observons une différence énorme entre St-Félicien et Normandin: la difficulté de développement de leur milieu respectif est perçue par 75.4% des informateurs de St-Félicien comparativement à seulement 48.8% à Normandin. Dans ces conditions, on pourrait prédire que la TVC deviendra beaucoup plus rapidement à St-Félicien un moyen de communication, de participation et de développement du milieu socio-économique. La prise de conscience de l'impasse du milieu est

susceptible d'amener plus facilement les citoyens à concevoir la télévision communautaire comme un projet permanent d'animation et de contestation de l'organisation sociale actuelle plutôt que de voir la TVC comme un simple appendice de la télévision de masse.

A l'intérieur du secteur de Normandin, on remarque des différences significatives: seulement 16.6% des répondants de St-Thomas sont convaincus des difficultés de développement que rencontre le secteur comparativement à 43.4%, à Girardville, et 56.9%, à Normandin. Cette distribution des données correspond probablement à une réalité objective: en raison de sa vocation plus nettement agricole, Normandin subirait plus durement les contrecoups des difficultés actuelles dans le développement du secteur. On sait que presque toute la population de St-Thomas vit d'une petite industrie.

Eléments spécifiques de la vision du milieu:

Nous avons demandé aux répondants de choisir, dans une liste de 11 problèmes, trois réalités qui leur paraissaient menacer particulièrement l'avenir de leur milieu; on pouvait également indiquer un problème non inclus

dans la liste proposée. Même si la compilation ne tient pas compte de la configuration du choix de chacun des informateurs, il est intéressant de constater que deux problèmes dominent largement les préoccupations des gens: le départ définitif des jeunes du secteur vers d'autres régions (18.7% à Normandin et 16.1% à St-Félicien) et le chômage (18.3% à Normandin et 19.5% à St-Félicien). Déjà à ce niveau on peut voir que St-Félicien ressent plus vivement le chômage, tandis que la question de l'exode des jeunes intéresse encore plus Normandin.

Mais c'est vraiment au deuxième palier des réponses que l'on trouve la spécificité de ces deux milieux de vie séparés par 16 milles seulement. Les troisième et quatrième problèmes mentionnés à Normandin sont la baisse de l'agriculture (11.8%) et la baisse de la religion (11.4%); à St-Félicien, ces deux réalités viennent beaucoup plus loin: la baisse de l'agriculture (3.7%) et la baisse de la religion (6.7%). L'assistance sociale et l'avenir incertain de l'industrie forestière, en revanche, intéressent beaucoup plus la population de St-Félicien: 14.8% et 13.6% respectivement par comparaison à 8.4% et 7.1% à Normandin.

A un troisième niveau d'observations, on relève l'importance égale que prend le problème du manque de loisirs à Normandin (8.5%) et à St-Félicien (9.6%).

Dans l'ensemble les variables se révèlent assez peu déterminantes, en particulier à St-Félicien. Concernant les traits communs à Normandin et à St-Félicien, il y a l'intérêt moindre des personnes de 55 ans et plus à l'égard du chômage et la place plus grande qu'occupe la religion chez les individus qui ont 7 années ou moins de scolarité.

Si l'on revient à l'un des deux problèmes majeurs mentionnés, l'exode des jeunes, on peut indiquer que lorsqu'on demande aux informateurs de se prononcer sur cette question vitale pour l'avenir du milieu, 70.0% (Normandin) et 64.5% (St-Félicien) des répondants sont d'accord pour en souligner l'importance. Cette opinion est évidemment fondée, comme l'illustrent les quelques données suivantes. Si l'on se réfère à la situation du secteur Normandin, par exemple, la population est passée de 11,087, en 1961, à 9,952, en 1966, soit une baisse de 10.2% (1); la situation s'est probablement détériorée d'une façon assez sensible depuis 1966. Si l'on s'intéresse à chacune des localités du secteur, on peut voir que la population de Normandin a subi une baisse de 10.8% (de 4,266 à 3,804 personnes) pendant la période de 1961 à 1966. A St-Thomas,

(1) La population du Saguenay/Lac St-Jean et son évolution, dossier de travail No 2, préparé par l'équipe technique régionale (du Conseil Economique), 8 février 1967, p. 22.

la baisse s'établit à 8.4%; à Girardville, la situation est demeurée pratiquement stable (1,735 personnes en 1961 et 1,739 en 1966). Dans les deux autres municipalités du secteur non concernées par la TVC, les diminutions sont de 16.0%, à Albanel, et de 11.7% à St-Edmond.

Le sentiment d'impuissance face aux problèmes à résoudre:

C'est à partir du problème du départ définitif des jeunes que nous avons cherché à avoir une idée générale du sentiment de la population d'avoir prise ou non sur les problèmes qui la confrontent. Un certain fatalisme nous semble ressortir assez nettement de la réponse faite par 26.5% (Normandin) et 21.1% (St-Félicien) des informateurs: "C'est un problème qu'a l'ensemble des régions éloignées des grands centres et qui est pratiquement impossible à résoudre". A l'autre extrêmité, on peut déceler un volontarisme certain dans la réponse de 35.8% (Normandin) et de 40.0% (St-Félicien) de ceux qui soutiennent que le problème peut être résolu seulement si toute la population travaille à le résoudre. Enfin, la troisième possibilité de réponse traduit une confiance un peu passive dans les gouvernements, compte tenu du contexte de la question: 37.7%

(Normandin) et 38.9% (St-Félicien) des informateurs estiment que l'exode des jeunes est un problème que les gouvernements peuvent en partie ou entièrement résoudre s'ils le veulent bien. Dans les limites de cet indice, la TVC est un moyen susceptible d'être utilisé par plus du tiers de la population à des fins de discussion des enjeux vitaux de la communauté. La situation est légèrement meilleure à St-Félicien.

La crainte du conflit social:

La capacité de la population d'affronter les sujets "chocs" représente une autre donnée fondamentale dont pourrait dépendre le développement de la TVC, du moins d'un certain modèle de télévision communautaire. Malgré l'imperméabilité relative de milieux comme St-Félicien et Normandin face à la contestation des pouvoirs "en place" et des privilèges de classe, les résultats du sondage laissent entrevoir une ouverture réelle vers une TVC plus "agressive": 82.7% (St-Félicien) et 66.3% (Normandin) des répondants sont d'avis que la TVC devrait présenter plus souvent des sujets-chocs. Nonobstant le caractère plus ou moins vif que peut revêtir le terme "choc", il apparaît assez clairement que le contenu des émissions produites au cours des premiers mois de la TVC était nettement en-deça des possibilités d'absorption

de la population. On pourrait même se demander si cela n'explique pas largement le fait que la cote d'écoute, tout en étant fort intéressante, n'ait pas atteint un niveau plus élevé.

Les hommes se montrent plus favorables à un style de TVC davantage axé sur des thèmes-chocs. Le milieu de résidence est également assez influent. On est moins réceptif à une telle approche de TVC à St-Thomas (44.0%) et à Girardville (57.6%) qu'à Normandin (73.7%). Sous l'angle de la scolarisation, les personnes les plus défavorisées (1 à 7 années) se montrent plus réticentes à l'idée d'accroître le caractère "choc" de la TVC.

CONCLUSION

Normandin:

- Faible degré d'information de la population sur les activités de la télévision communautaire; d'après le contexte révélé par l'ensemble des résultats du questionnaire, cette situation semble d'abord refléter les carences de l'effort d'information déployé par les responsables du projet;

- La majorité des répondants ont regardé les émissions de temps en temps seulement; environ 20.0% les ont suivies régulièrement; les adeptes de la télévision communautaire se recrutent surtout chez les personnes de 45 ans et plus; cette cote d'écoute s'avère assez intéressante (sans être enthousiasmante) pour les trois raisons suivantes:

    - le caractère occasionnel de l'écoute n'est pas incompatible avec la popularité de certaines émissions;

    - la ressemblance avec les cotes habituelles des émissions d'affaires publiques de la télévision de masse;

    - la constitution d'un auditoire est un aboutissement souhaitable du processus d'une TVC plutôt que l'objectif ultime qui conditionne l'orientation et le fonctionnement de ce nouveau medium;

- L'oubli de l'heure de diffusion, les troubles techniques et la préférence exprimée à l'égard des autres postes de télévision sont trois raisons majeures qui ont empêché les gens de regarder plus souvent la TVC;

- Les discussions amorcées par la présentation des émissions représentent, dans le contexte de la TVC, une forme de participation plus pertinente que la seule écoute d'une émission; environ le tiers des répondants

discutaient régulièrement des émissions avec des amis ou des membres de leur famille; la ressemblance de cette répartition des réponses avec celle observée à la même question posée à l'occasion de Tévec tend peut-être à indiquer la difficulté de dépasser un certain seuil de participation avec de telles formules;

- Environ 10.0% ont participé à une émission de la TVC (participant actif ou simple figurant); la scolarisation introduit une différence fort significative et fort importante pour le développement futur de la TVC; les individus qui ont 12 années ou plus de scolarité ont été beaucoup plus présents à la TVC; loin d'avoir rejoint le citoyen ordinaire, la TVC aurait plutôt permis à ceux qui possèdent déjà les moyens de se faire entendre d'amplifier leur parole;

- Par ailleurs, lorsqu'on demande aux répondants s'il leur est déjà arrivé d'essayer de participer à une émission des autres postes de télévision ou de radio de la région, on s'aperçoit que la proportion est semblable au taux de participation à la TVC; on peut émettre l'hypothèse que la TVC a d'abord comblé un besoin déjà ressenti intensément par une partie de la population et/ou que la TVC n'a représenté pour les notables qu'une tribune supplémentaire;

- Le désir ou la simple curiosité de connaître le fonctionnement de la TVC constitue un élément de motivation déterminant pour participer à la TVC;

- La gêne de paraître en public et le fait de n'avoir pas été invité à participer sont les deux motifs le plus souvent mentionnés pour expliquer une abstention; peu de personnes attribuent leur non-participation à un manque d'intérêt;

- La proportion d'artisans (responsable d'émission, animateur, recherchiste, etc.) s'établit à environ 3.0%; le manque de temps et l'absence d'invitation sont deux raisons fréquemment invoquées; en revanche, peu de gens expliquent leur inaction par la crainte d'être incapables d'apprendre le travail qu'ils auraient aimé exécuter;

- Concernant la mobilisation prévisible à la TVC, la volonté de devenir artisans se manifeste beaucoup plus nettement que le désir d'agir comme participant à une émission;

- En ce qui a trait aux possibilités d'expression latentes, dans la population, 13.0% des informateurs se disent convaincus d'avoir suffisamment de "choses à dire" sur leurs activités et leurs préoccupations pour faire l'objet d'une émission de quelques minutes; en outre, près de la moitié soumettent leur participation à certaines circonstances; sans connaître les conditions auxquelles réfèrent ces derniers, on peut aisément imaginer que leur consentement tient largement à la qualité de l'approche adoptée par les responsables de la TVC;

- Malgré le fait que la cote d'écoute demeure à améliorer, les émissions ont semblé susciter beaucoup d'intérêt; les affaires municipales et les bulletins de nouvelles sont particulièrement appréciées; dans l'ensemble, les sujets négligés par la TVC correspondent effectivement peu aux goûts de la population: par exemple, la contestation étudiante, le syndicalisme, etc.;

- Il est arrivé à près du tiers des répondants d'avoir de la difficulté à comprendre le sens des mots utilisés par certains participants; si le problème fait référence au langage "savant" employé parfois pour désigner une réalité assez simple, il demeure relativement facile d'y remédier; en revanche, dans l'hypothèse où il s'agit d'une difficulté de compréhension de termes assez courants dans une discussion sur des problèmes complexes, comme le regroupement municipal, nous serions en présence d'un problème culturel qui deviendra de plus en plus crucial à mesure que la TVC s'orientera davantage vers la discussion des problèmes collectifs vitaux du milieu;

- La majorité des informateurs reconnaissent explicitement l'utilité de la TVC comme moyen de communication;

- L'efficacité de la TVC comme moyen de discussion des problèmes du milieu est jugée nettement supérieure à celle des réunions publiques et des journaux; dans ce dernier cas, il faut néanmoins préciser qu'il n'existe pas, à Normandin, de journal spécifiquement local;

- Si l'on se base sur la possibilité de se prononcer pour ou contre la poursuite du projet de TVC comme un indice global d'appréciation de ce nouveau phénomène, l'expérience de Normandin à certes reçu un accueil positif;

- L'impact de la TVC au niveau de la connaissance du milieu est fort positif; les répondants ont également l'impression d'être plus "présents" à la vie du milieu; cette forme d'impact n'est pas négligeable, compte tenu du fait que 60.0% des gens concernés ne font même pas partie d'une association;

- La force de l'impact s'atténue toutefois sur le plan de la TVC envisagée comme source d'information et comme moyen d'animation;

- L'influence de la TVC, du point de vue de la démystification de la télévision, demeure également assez faible; en plus du fait que la majorité des répondants n'ont pas perçu de changement dans leur façon de consommer la télévision, on constate que la TV a permis à plus du tiers d'aimer davantage ce que leur présentaient les autres postes de télévision de la région;

- Concernant l'orientation future de la TVC, on accorde une importance égale à deux types d'objectifs très éloignés l'un de l'autre: une prise de conscience des problèmes du milieu et un divertissement. La popularité de la télévision-divertissement illustre l'ampleur de la tâche d'implanter un mécanisme de communication à côté des attentes traditionnelles suscitées par la télévision de masse.

- Au niveau des changements réclamés dans le fonctionnement de la TVC, la qualité technique des émissions, une meilleure préparation des émissions, une diffusion à la grandeur du secteur Normandin et le choix des sujets d'émissions viennent en tête de liste; par ailleurs, selon environ 20.0% des informateurs, le bilan de la TVC est suffisamment positif pour ne pas souhaiter de changements dans son mode de fonctionnement;

- Dans la mesure où une prise de conscience des difficultés de développement du milieu peut amener plus rapidement une communauté à concevoir la TVC comme un moyen d'action valable, il est intéressant d'observer que seulement la moitié des répondants perçoivent la lenteur du rythme de développement du secteur Normandin;

- L'exode définitif des jeunes, le chômage, la baisse de l'agriculture et la baisse de la religion sont les quatre principaux problèmes mentionnés comme menaces particulièrement vives pour l'avenir du secteur Normandin;

- La capacité de la population d'affronter les sujets "chocs" représente une autre donnée fondamentale dont pourrait dépendre le développement de la TVC; la majorité des gens sont d'avis que la télévision communautaire devrait présenter plus souvent des sujets "chocs".

ST-FELICIEN

- Dans l'ensemble, la télévision communautaire a été mieux accueillie à St-Félicien qu'à Normandin; la différence est particulièrement significative sur le plan de l'appréciation et de l'impact;

- Au niveau de l'appréciation, 74.6% des répondants de St-Félicien expriment inconditionnellement leur adhésion à une continuation du projet de télévision communautaire (comparativement à 42.3% à Normandin); on peut expliquer l'attrait plus grand exercé par la TVC, à St-Félicien, par les quatre aspects suivants:

    - Il y a d'abord le problème de la qualité technique du réseau de câble: la situation défavorisée de Normandin n'est pas de nature à encourager l'écoute permanente des émissions;

    - La crainte d'avoir à défrayer des coûts énormes est effectivement plus ancrée dans la population de Normandin;

- La plus grande difficulté de la TVC de Normandin de s'identifier "communautairement": d'une part la dispersion géographique des lieux aurait donné libre cours à un certain esprit de clocher; d'autre part, les partisans d'une unité sectorielle se seraient montrés un peu sceptiques devant le fait que la TVC rejoint présentement seulement 40.0% du secteur;

- La qualité de l'approche des responsables de la TVC auprès de la population; à cet égard, St-Félicien aurait été favorisé par la présence de corps intermédiaires et de mouvements plus facilement accessibles et également par la plus grande cohésion idéologique au sein de l'équipe responsable du projet.

- Concernant l'impact de la TVC, la nette distinction entre les deux milieux soulève deux types d'interrogations. Premièrement, on peut se demander si ce résultat est significatif de la distinction plus fondamentale "rural-urbain" ou s'il tient d'abord à des facteurs inhérents aux démarches d'action suivies par les deux équipes responsables des projets? L'influence du milieu nous semble déterminante, mais elle serait surtout attribuable aux particularismes de St-Félicien et de Normandin plutôt qu'à leur position sur le continuum "rural-urbain". Une deuxième interrogation porte sur le niveau de l'impact produit par la TVC. L'impact serait-il aussi fort si on dépassait le plan superficiel du sentiment de participation, de la connaissance du milieu et des leaders, etc., pour envisager plus directement le niveau du changement social lui-même? L'orientation donnée à la TVC de même que l'évolution de l'expérience n'ont même pas permis de sonder les possibilités de la TVC à ce palier plus profond;

- La proportion de participants et d'artisans est également plus forte à St-Félicien; dans le cas de la cote d'écoute, elle est légèrement supérieure à St-Félicien.

-X-

C O N C L U S I O N

La télévision communautaire, UN NOUVEAU MODELE SOCIO-CULTUREL DE DEVELOPPEMENT?

La télévision communautaire au Lac Saint-Jean a mobilisé un grand nombre de personnes qui ont vraiment eu l'occasion de démystifier la télévision. L'expérience a surtout permis de combler une diversité de projets individuels de participation. Le projet de TVC a pour ainsi dire rempli une fonction de révélateur de ressources. Du point de vue de l'expression, la télévision communautaire s'est avérée un centre culturel moderne et populaire, un lieu de créativité. Dans une certaine mesure la télévision communautaire est devenue également un nouvel environnement éducatif. Nous avons à peine effleuré toutes ces facettes essentielles du phénomène de la TVC. Pour une part, nous constatons que nos enthousiasmes à l'égard de la TVC ont été escamotés à travers l'analyse des problèmes auxquels s'est heurtée la télévision communautaire. Par ailleurs, il faut bien convenir que le succès incontestable sur le plan de la participation suscitée est en soi indifférent à la signification profonde de la télévision communautaire. A la limite, la réduction de la TVC à une simple version locale des réseaux actuels de télévision aurait pu être compatible avec les expériences de participation vécues à Normandin et à St-Félicien.

L'attrait de l'expérimentation de la TVC résidait d'abord au niveau de la formulation de certaines hypothèses au sujet de son impact possible sur un milieu. En assimilant la télévision communautaire à une nouvelle place publique où se discutent les enjeux de la communauté, les responsables proposaient de créer un instrument supplémentaire pour faire face au changement social. Sans le faire d'une façon explicite, on se trouvait ainsi à inscrire le phénomène de la TVC dans la perspective de l'émergence d'un nouveau modèle socio-culturel de développement. La télévision communautaire apparaissait comme le nouveau lieu de cohérence des activités des citoyens, des groupes et des institutions locales. Cette praxis communautaire devait permettre l'expression des changements et des conflits sociaux qui secouaient la collectivité. La télévision communautaire devenait en quelque sorte un pôle de référence et d'identification dans la vie d'une communauté.

Jusqu'à quel point les expériences de télévision communautaire au Lac St-Jean ont-elles constitué ce nouveau modèle de développement socio-culturel? Dans quelle mesure la télévision communautaire a-t-elle permis à la communauté d'acquérir un langage commun susceptible de favoriser des besoins collectifs? A cet égard, le bilan

de la télévision communautaire se révèle assez mince. Le modèle d'intervention sociale (TVC-tribune, avec parfois une ressemblance avec la "production locale") qui a prévalu au niveau du fonctionnement quotidien de la TVC n'était pas particulièrement propice à la transformation rapide de la TVC en un pôle de discussion des enjeux vitaux de la communauté. Par ailleurs, on sait que l'intention explicite des initiateurs du projet relevait d'une TVC-animation sociale (au niveau d'une pratique sociale située dans l'ordre de la communication socio-politique).

Devant un tel résultat, deux explications globales sont à écarter, du moins dans l'état actuel d'expérimentation de la télévision communautaire. Selon une première interprétation, on conclurait à l'impossibilité pour une TVC de devenir un pôle de référence et d'idenfification d'une communauté. On pourrait tout au plus créer une nouvelle forme de télévision mais non un nouveau medium communautaire. Au-delà des limites mêmes du medium, une deuxième interprétation situerait le problème au niveau de l'inutilité de la TVC dans un milieu donné, en particulier dans des milieux restreints comme Normandin et St-Félicien. L'on rejoint ici le motif avancé par l'un des artisans de la première heure (à Normandin) pour justifier son abandon. Cet artisan a laissé tomber la télévision communautaire

devant son incapacité à trouver une réponse satisfaisante à la question de l'utilité d'une infrastructure de communication dans un milieu de dimension telle que les relations primaires semblent suffire amplement à tous les besoins de communication. Dans cette optique, on est logiquement amené à s'interroger sur l'efficacité du mode d'intervention sociale de la TVC comparativement à des projets plus traditionnels d'animation sociale.

Ces deux premières explications remettent en cause la rationalité même de la TVC comme moyen d'action. La télévision communautaire ne serait pas logiquement ordonnée aux fins qu'elle entend poursuivre; elle serait disproportionnée (en moins ou en plus) par rapport aux objectifs recherchés. Concrètement, cela revient à se demander si la TVC ne constitue pas, par exemple, un appareil d'animation beaucoup trop lourd pour la taille du milieu à animer ou encore une tribune largement inadéquate pour combler les besoins réels de communication dans un milieu. Compte tenu de l'évolution des expériences de TVC, en particulier celle de Normandin, cette contestation globale nous semble prématurée. Un ensemble de circonstances plus ou moins contrôlables représentent autant d'obstacles à une connaissance un peu systématique de l'impact d'une télévision communautaire. Il reste à déterminer l'influence respective des divers obstacles en cause, d'ordre technologique ou culturel.

L'élément d'explication le plus souvent mentionné concerne le fait que la TVC rejoignait seulement 40% des gens du secteur Normandin, délaissant en particulier tous les rangs. Cette situation aurait empêché la télévision communautaire d'aborder certains enjeux vitaux de la communauté. Des questions intéressant directement la population câblée (par exemple, le regroupement scolaire) ont pourtant assez peu retenu l'attention de la télévision communautaire. D'ailleurs, à St-Félicien où le câble atteint 90% des foyers, le problème crucial de l'industrie Kruger a été traité davantage à la façon de la télévision locale que de la télévision communautaire. Il est néanmoins indéniable que la restriction du câble à une partie de la population du secteur Normandin a réduit les ressources humaines et matérielles sur lesquelles aurait dû pouvoir compter la télévision communautaire. Cet aspect a été suffisamment important, semble-t-il, pour justifier la décision des responsables (en octobre 1971) de suspendre les activités de la TVC jusqu'au moment où l'on pourrait compter sur un émetteur. Devant la lenteur des démarches entreprises, l'école (grâce à l'intérêt que certaines personnes portent à la TVC) a tenté d'assumer la continuation du projet à une échelle réduite. L'école a ainsi la chance d'amorcer un processus de discussion publique de ses objectifs et de son fonctionnement.

Un deuxième facteur d'ordre plus "culturel" a passablement handicapé la possibilité pour la télévision communautaire d'être une présence "lourde" dans le milieu: il s'agit du degré de politisation relativement faible des ressources disponibles. Dans la région scolaire Louis-Hémon, on ne discerne pratiquement pas de groupes structurés en fonction d'une action d'animation, à court ou long terme. La tradition de l'animation est encore toute récente dans le secteur le plus agricole de la région du Saguenay/Lac St-Jean. C'est seulement à l'occasion de Tévec qu'une minorité agissante a amorcé une démarche d'animation cohérente et adaptée au rythme de vie du milieu. Il s'agit d'une action bien particulière, une action sociale polyvalente (auprès de nombreuses catégories de citoyens: indiens, secrétaires de bureau, étudiants, etc.) centrée sur la personne humaine, par opposition à un type d'action spécialisée, mobilisatrice, se déroulant dans le champ socio-politique. Dans Louis-Hémon, l'animation est essentiellement une action culturelle qui cherche d'abord à restaurer chez les individus la confiance en soi. Les fondements idéologiques de l'animation font plutôt place à une véritable "mystique".

Ce bref retour au contexte dans lequel s'inscrivait le projet de télévision communautaire permet de dégager la profonde continuité entre le style d'animation développé à l'époque de Tévec et une conception de la TVC (télévision-tribune) qui réduit à son strict minimum le caractère d'intervention sociale de ce type de projet. La difficulté de la TVC de se transformer en un outil d'animation ferait pour ainsi dire partie de l'originalité du modèle socio-culturel de développement qui s'élabore dans Louis-Hémon. Tout en puisant évidemment aux courants que l'on retrouve ailleurs, l'action sociale ne représente pas une imitation des comités de citoyens, de maisons de chômeurs, etc. Il reste néanmoins à savoir si le modèle actuel de la TVC constitue le sommet, le terme d'une évolution socio-culturelle ou s'il n'est qu'une étape, un préalable à la mise en branle d'un processus collectif beaucoup plus global et exigeant. Le prolongement du schème actuel de télévision communautaire signifiera-t-il la "récupération" de cette initiative par les critères de la "télévision dominante"? Ou est-ce que le modèle actuel de TVC débouchera sur un nouveau modèle socio-culturel de développement (une synthèse du comité de citoyen et du C.R.D., le Conseil Régional de Développement!)?

Au-delà des éléments technologiques qui ont entravé le développement à court terme de la TVC et au-delà des données culturelles qui rendent partiellement compte de la tournure idéologique prise par la TVC, il faut surtout faire intervenir l'ensemble des variables mises en relief tout au long de ce rapport: la croyance en une puissance un peu magique du medium (au détriment des impératifs et des règles de fonctionnement d'un processus d'intervention sociale), l'impossibilité de dégager les implications respectives de diverses options idéologiques et par conséquent d'en arriver à un consensus au niveau d'objectifs précis à poursuivre et des stratégies d'action, la sous-estimation des exigences organisationnelles d'un projet de cet envergure (ex. les problèmes de communication interne), etc.

Cette analyse de l'évolution de la télévision communautaire ne permet toutefois pas de poser de façon un peu précise une série de problèmes qui, à court terme, confrontent le développement du phénomène. Par exemple, la "légèreté" du magnétoscope constitue une donnée qui demande à être passablement approfondie: le medium TVC est-il vraiment à la portée du citoyen "ordinaire"? La question est probablement à examiner en termes d'une complémentarité des media: est-ce que l'utilisation d'un medium comme la

diapositive ne pourrait pas représenter, au niveau des artisans, un terrain d'apprentissage éminemment rentable pour le développement de la télévision communautaire (1). A fortiori, il est bien évident que l'impact à long terme de la TVC est encore à explorer. Sur le plan culturel, l'avènement de la télévision communautaire pose la question globale de l'influence des mass media sur les formes de vie sociale. S'il n'est pas étonnant que les communications exercent une influence sur la vie sociale (car la communication elle-même en est la condition première), il s'agit de savoir si les communications sont un facteur déterminant ou non dans l'évolution d'une société (2). Du point de vue (plus restreint) du fonctionnement de la mécanique socio-politique, quelle sera l'influence d'une TVC qui s'inscrit contre la tendance des télécommunications à amplifier le pouvoir de la parole et en même temps à inciter les agents politiques à se réfugier dans le secret et la technicité (3)? La télévision communautaire peut-elle établir un nouveau rapport entre le citoyen

(1) L'importance de cette question varie certes en fonction du modèle de télévision communautaire que l'on cherche à implanter.

(2) Jean CAZENEUVE, Les pouvoirs de la télévision, Coll. Idées, pp. 83-84 et p. 87.

(3) Léon DION, Télécommunications et participation politique, Communication présentée au séminaire sur les télécommunications et la participation, Université de Montréal, 3-4-5 avril, 1970, p. 6.

et l'Etat? La TVC peut-elle contribuer à renouveler les élites ou tout au moins à disqualifier les élites actuelles?

ANNEXE

AVERTISSEMENT

- Dans le cas de Normandin, chacun des tableaux comprend les quatre variables suivantes: sexe, âge, milieu de résidence et scolarité. A St-Félicien, la variable "milieu de résidence" est exclue;

- Pour certaines questions, le nombre de réponses obtenues dépasse le total des répondants au sondage, étant donné la possibilité de fournir plusieurs réponses;

- A St-Félicien, les totaux obtenus divergent légèrement d'une variable à l'autre, puisque certains individus ont négligé de répondre à toutes les questions portant sur les caractéristiques des informateurs;

- L'annexe ne reproduit qu'une partie des tableaux qui ont servi à l'analyse présentée dans la section "La télévision communautaire, UNE COMMUNAUTE"; les lecteurs intéressés peuvent obtenir les autres tableaux.

Quelques caractéristiques des répondants

ST-FELICIEN **Tableau 1:** a) Faites-vous partie d'une ou plusieurs associations?

b) Si oui, laquelle ou lesquelles?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
A) Oui	41.5	46.8	44.6	23.2	52.4	59.6	39.3	54.5	45.4	32.7	44.4	58.9	45.3
Non	58.5	53.2	55.4	76.8	47.6	40.4	60.7	45.5	54.6	67.3	55.6	41.1	54.7
Total	100.0 (94)	100.0 (139)	100.0 (233)	100.0 (56)	100.0 (63)	100.0 (47)	100.0 (28)	100.0 (33)	100.0 (227)	100.0 (52)	100.0 (117)	100.0 (56)	100.0 (225)
B) AFEAS	-	43.0	26.9	23.1	18.2	32.1	18.2	44.4	27.2	47.0	26.9	18.2	27.4
Cercles Fermières	-	3.1	1.9	-	3.0	3.6	-	-	1.9	-	3.8	-	2.0
Age d'Or	-	4.6	2.9	-	-	-	9.1	11.1	2.9	11.8	-	-	2.0
Femmes Chrétiennes	-	7.7	4.8	-	-	-	18.2	16.7	4.9	11.8	5.8	-	4.9
Association des parents	7.7	6.2	6.7	-	6.1	10.7	18.2	-	6.8	-	7.7	9.1	6.9
Filles d'Isabelle	-	21.5	13.5	-	24.2	17.9	9.1	-	13.6	11.8	17.3	9.1	13.7

b) Si oui, laquelle ou lesquelles? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Pastorale	2.6	3.1	2.9	-	-	-	-	16.7	2.9	5.9	3.8	-	2.9
Associations sportives	10.3	-	3.8	-	6.1	3.6	9.1	-	3.9	5.9	3.8	3.0	3.9
Chevalier de Colomb	7.7	-	2.9	-	6.1	3.6	-	-	2.9	5.9	1.9	3.0	2.9
Association coopérative	10.3	-	3.8	7.7	3.0	3.6	9.1	-	3.9	-	5.8	3.0	3.9
Association syndicale club social	25.6	7.7	14.4	61.5	15.2	7.1	-	-	14.6	-	9.6	30.3	14.7
Chambre de commerce	35.9	3.1	15.4	7.7	18.2	17.9	9.1	11.1	14.6	-	13.5	24.2	14.7
Autres	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total	100.0 (39)	100.0 (65)	100.0 (104)	100.0 (13)	100.0 (33)	100.0 (28)	100.0 (11)	100.0 (18)	100.0 (103)	100.0 (17)	100.0 (52)	100.00 (33)	100.0 (102)

NORMANDIN

Tableau 1: a) Faites-vous partie d'une ou de plusieurs associations?

b) Si oui, laquelle ou lesquelles?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
A) Oui	38.7	41.2	40.3	16.3	51.3	40.5	60.0	48.4	40.3	47.5	32.4	19.2	40.3	34.8	44.4	44.4	40.3
Non	61.3	58.8	59.7	83.7	48.7	59.5	40.0	51.6	59.7	52.5	67.6	80.8	59.7	65.2	55.6	55.6	59.7
Total	100.0 (62)	100.0 (116)	100.0 (181)	100.0 (49)	100.0 (79)	100.0 (37)	100.0 (25)	100.0 (31)	100.0 (181)	100.0 (118)	100.0 (37)	100.0 (26)	100.0 (181)	100.0 (72)	100.0 (63)	100.0 (45)	100.0 (181)
B) AFEAS		9.7	6.7		6.3	11.8	4.0	6.3	6.7	8.2	4.3		6.7	8.9	7.4	2.8	6.7
Cercle Fermières		21.5	14.8		18.7	14.7	20.0	12.5	14.8	10.2	26.0	28.6	14.8	22.2	14.8	5.6	14.4
Femmes Chrétiennes		23.6	16.3	0.8	6.3	14.7	24.0	25.0	16.3	13.2	21.7	28.6	16.3	24.4	16.7	5.6	16.7
Age d'or		5.4	3.7				4.0	12.5	3.7		17.4	7.1	3.7	8.9	1.9		3.7
Associations de parents		6.4	4.4		12.5	5.9			4.4	1.0	8.7	21.3	4.4	4.4	3.7	5.6	4.4
Filles d'Isabelle		12.0	8.1		6.3	11.8	4.0	12.5	8.1	8.2	13.0		8.1	11.1	7.4	5.6	8.1

b) Si oui, laquelle ou lesquelles? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Chevaliers de Colomb	31.0		9.7			11.8	16.0	6.3	9.7	13.2			9.7	8.9	7.4	13.9	9.7
Paroissiale	7.1	6.4	6.7	0.8	3.1	3.8		6.3	6.7	8.2		7.1	6.7	2.2	3.7	16.7	6.7
Autres	61.9	15.0	29.6	98.4	46.8	20.5	28.0	18.6	29.6	37.8	8.9	7.5	29.6	9.0	37.0	44.2	29.6
Total	100.0 (42)	100.0 (93)	100.0 (135)	100.0 (12)	100.0 (32)	100.0 (34)	100.0 (25)	100.0 (32)	100.0 (135)	100.0 (98)	100.0 (25)	100.0 (14)	100.0 (135)	100.0 (45)	100.0 (54)	100.0 (36)	100.0 (135)

ST-FELICIEN Tableau 2: a) Lisez-vous des journaux ou des revues?

b) Si oui, dites lesquels?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Oui	97.8	94.4	95.7	96.5	90.6	97.9	100.0	97.1	95.7	90.2	96.6	98.3	95.6
Non	2.2	5.6	4.3	3.5	9.4	2.1	-	2.9	4.3	9.8	3.4	1.7	4.4
Total	100.0 (90)	100.0 (142)	100.0 (232)	100.0 (57)	100.0 (64)	100.0 (47)	100.0 (28)	100.0 (34)	100.0 (230)	100.0 (51)	100.0 (116)	100.0 (59)	100.0 (216)
B) Le Soleil	27.0	24.6	25.6	25.2	21.9	28.9	15.6	35.7	25.1	25.7	24.6	29.1	26.1
Progrès-Dimanche	18.0	14.7	16.0	17.8	11.7	18.4	15.6	17.2	15.9	19.8	16.4	11.3	15.7
Voix du Lac	19.4	15.9	17.3	17.8	13.9	20.2	18.2	17.2	17.3	17.8	18.9	14.2	17.4
L'étoile du Lac	7.1	7.5	7.4	8.9	8.0	5.3	7.8	7.1	7.5	8.9	7.9	6.4	7.7
La Presse	-	0.3	0.2	-	-	-	1.3	-	0.2	-	-	0.7	0.2
Le Devoir	1.4	0.3	0.7	1.5	0.7	0.9	-	-	0.8	-	0.7	1.4	0.8

b) Si oui, dites lesquels? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Montréal Matin	1.9	0.3	0.9	0.7	1.5	-	1.3	1.4	0.9	2.0	0.4	1.4	1.0
McLeans	2.4	2.4	2.4	1.5	2.2	2.6	3.9	1.4	2.3	2.0	1.8	4.3	2.5
Actualité	0.9	4.2	2.9	2.2	2.2	3.5	1.3	7.1	3.0	3.0	3.2	2.1	2.9
Châtelaine	2.8	9.9	7.0	5.2	12.4	4.4	10.4	5.7	7.7	5.9	8.2	6.4	7.3
Sélection	1.4	3.9	2.9	0.7	3.6	1.7	9.1	1.4	3.0	2.0	3.2	2.8	2.9
Paris Match	1.9	4.5	3.5	6.7	2.9	1.7	2.5	2.9	3.6	1.0	2.5	7.1	3.4
Petit Journal	0.9	2.1	1.7	2.2	2.5	1.7	1.3	-	1.7	2.0	2.1	0.7	1.7
Photo Journal	0.9	1.8	1.5	0.7	0.7	2.6	2.5	-	1.3	2.0	0.7	1.4	1.1
Photo Vedettes	0.5	2.7	1.8	2.2	1.5	1.7	2.5	-	1.7	2.0	2.1	0.7	1.7

b) Si oui, dites lesquels? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Allo Police	0.9	0.9	0.9	0.7	-	2.6	1.3	-	0.9	1.0	1.1	-	0.6
La Ferme	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Autre	10.4	3.3	6.1	5.2	11.7	3.5	5.2	1.4	6.0	3.0	5.0	9.2	5.7
Dimanche Matin	1.9	0.6	1.1	0.7	2.9	-	-	1.4	1.1	2.0	1.1	0.7	1.1
Total	100.0 (211)	100.0 (333)	100.0 (544)	100.0 (135)	100.0 (137)	100.0 (114)	100.0 (77)	100.0 (70)	100.0 (533)	100.0 (101)	100.0 (280)	100.0 (141)	100.0 (522)

NORMANDIN

Tableau 2: a) Lisez-vous des journaux ou des revues?

b) Si oui, dites lesquels?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
A) Oui	93.6	90.7	91.7	91.8	87.5	88.9	92.0	100.0	91.7	93.2	94.7	80.0	91.7	88.9	90.6	97.7	91.7
Non	6.4	9.3	8.3	8.2	12.5	11.1	8.0	0.0	8.3	6.8	5.3	20.0	8.3	11.1	9.4	2.3	8.3
Total	100.0 (150)	100.0 (261)	100.0 (411)	100.0 (118)	100.0 (93)	100.0 (70)	100.0 (69)	100.0 (61)	100.0 (411)	100.0 (272)	100.0 (97)	100.0 (42)	100.0 (411)	100.0 (143)	100.0 (150)	100.0 (116)	100.0 (409)
B) Le Soleil	29.3	23.0	25.3	22.9	22.6	27.1	30.4	26.2	25.3	26.9	22.7	21.4	25.3	25.9	22.7	28.4	25.4
Progrès Dimanche	25.3	24.1	24.3	25.4	21.5	25.8	23.2	27.9	24.3	20.6	32.0	33.3	24.3	29.4	26.0	16.4	24.4
Photo-Vedettes	1.3	1.9	1.5	4.2		2.8			1.5	1.8	2.1		1.5	1.4	1.3	2.6	1.7
La Presse	4.0		1.4	0.8	2.1	1.4	1.4	1.6	1.4	2.2			1.4	0.7	2.0	1.7	1.5
Sélection	5.3	5.0	5.2	3.3	9.7	4.3	7.2	8.2	5.2	5.5	3.1	7.1	5.2	2.8	6.0	6.9	5.1

b) Si oui, dites lesquels? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Montréal-Matin	2.0	0.4	1.0	0.8		1.4	1.4	1.6	1.0	1.5			1.0		0.7	2.6	1.0
Allo Police	3.3	1.1	2.0	1.7		7.1	1.4	1.6	2.0	2.2	2.1		2.0	4.2	1.3		1.5
Châtelaine	2.7	13.0	9.5	9.3	11.8	8.6	8.7	6.5	9.5	8.4	10.3	11.9	9.5	7.0	10.7	10.3	9.3
L'Etoile	1.3	3.4	2.7	2.5		1.4	1.4	9.8	2.7	3.7		2.4	2.7	4.9	1.3	1.7	2.7
La Voix du Lac	4.0	6.9	5.8	8.5	4.3	2.8	5.8	6.5	5.8	4.4	9.3	7.1	5.8	7.7	4.6	5.2	5.5
McLean's	0.7	3.1	2.2	1.7	3.2	1.4	2.9	1.6	2.2	2.2	1.0	4.8	2.2	2.8	1.3	2.6	2.2
Actualité	0.7	2.3	1.5	2.5	2.1	1.4		1.6	1.5	1.8	2.1		1.5	1.4	1.3	2.6	1.7
Petit Journal	1.3	2.7	2.2	0.8	3.2		5.8	1.6	2.2	1.5	4.1	2.4	2.2	2.1	3.3		2.2
Paris Match	2.7	1.1	1.5	2.3	2.1	2.8			1.5	1.8	1.0	2.4	1.5		1.3	3.4	1.7

b) Si oui, dites lesquels? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
La Patrie	0.7	2.7	2.0	1.7	2.1	1.4	1.4	3.3	2.0	1.8	2.1		2.0	4.2	1.3		1.9
Photo-Journal	1.3	1.1	1.2	0.8	3.2		1.4		1.2	1.1	2.1		1.2	2.8	2.0	0.9	1.2
La Ferme	1.3	0.8	1.0			4.3	1.4		1.0	1.1	1.0		1.0	1.4	1.3		1.0
Autres	12.8	7.4	9.7	10.6	12.1	6.0	6.2	2.0	7	11.5	5.0	7.2	9.7	3	10.9	14.7	9.2
Total	100.0 (150)	100.0 (260)	100.0 (411)	100.0 (118)	100.0 (93)	100.0 (70)	100.0 (69)	100.0 (61)	100.0 (411)	100.0 (272)	100.0 (97)	100.0 (42)	100.0 (411)	100.0 (143)	100.0 (150)	100.0 (116)	100.0 (411)

ST-FELICIEN Tableau 3: a) Combien avez-vous de télévision à la maison?

b) Avez-vous la télévision en couleur?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
A) Une télévision	81.7	71.2	74.3	79.9	78.3	66.6	60.7	82.3	75.8	82.5	73.9	71.6	75.0
Deux télévisions	13.6	23.7	19.5	13.3	16.6	28.8	21.4	11.7	19.1	19.5	19.9	14.9	18.5
Trois télévisions et plus	7.9	5.0	6.0	6.6	1.6	8.8	14.2	2.9	6.2	2.1	6.9	8.3	6.3
B) Oui	32.9	33.0	32.6	26.6	33.3	28.8	46.4	29.4	33.0	19.6	34.7	34.9	31.6
Non	67.1	66.9	66.0	73.3	66.6	33.3	53.5	70.5	68.2	80.4	65.2	64.9	68.3
Total	100.0 (88)	100.0 (139)	100.0 (230)	100.0 (60)	100.0 (60)	100.0 (45)	100.0 (28)	100.0 (34)	100.0 (224)	100.0 (46)	100.0 (115)	100.0 (60)	100.0 (221)

NORMANDIN

Tableau 3: a) Combien avez-vous de télévision à la maison?

b) Avez-vous la télévision en couleur?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1 télévision	83.9	93.3	91.3	93.0	91.7	85.3	94.7	93.2	91.3	92.0	83.8	100.0	91.3	92.7	91.0	88.6	91
2 télévisions	10.7	4.8	6.8	4.7	8.3	11.8	5.3	3.4	6.8	6.9	10.8		6.8	5.8	7.2	8.6	6.
3 télévisions	5.4	1.9	1.9	2.3		2.9		3.4	1.9	1.0	5.4		1.9	1.5	1.8	2.8	1
Total	100.0 (56)	100.0 (105)	100.0 (161)	100.0 (43)	100.0 (36)	100.0 (34)	100.0 (19)	100.0 (29)	100.0 (161)	100.0 (101)	100.0 (37)	100.0 (23)	100.0 (162)	100.0 (69)	100.0 (56)	100.0 (35)	100 (160)
a) Oui	43.1	26.0	31.3	28.6	38.5	34.2	40.0	16.1	31.3	32.8	34.2	20.0	31.3	23.3	31.3	44.4	31.
Non	56.9	74.0	68.7	71.4	61.5	65.8	60.0	83.9	68.7	67.2	65.8	80.0	68.7	76.7	68.7	55.6	68.
Total	100.0 (63)	100.0 (119)	100.0 (182)	100.0 (49)	100.0 (39)	100.0 (38)	100.0 (25)	100.0 (31)	100.0 (182)	100.0 (119)	100.0 (38)	100.0 (25)	100.0 (182)	100.0 (73)	100.0 (64)	100.0 (45)	100. (182)

ST-FELICIEN **Tableau 4:** Combien d'heures par jour consacrez-vous habituellement à regarder la télévision des autres postes de la région?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
1 à 2 heures	27.8	16.1	20.6	18.1	26.2	23.8	29.6	10.7	21.9	9.7	17.8	40.7	22.2
3 à 4 heures	32.9	34.6	34.1	41.8	32.7	30.9	25.9	28.5	33.1	26.8	34.8	37.0	33.8
5 à 6 heures	26.5	23.8	24.9	25.4	22.9	21.4	22.2	32.1	24.2	34.1	27.6	12.9	25.1
7 à 8 heures	8.8	10.0	9.6	5.4	9.8	14.2	11.1	7.1	9.3	17.0	7.1	3.7	8.2
9 à 10 heures	2.5	11.5	8.1	7.2	6.5	4.7	11.1	17.8	8.4	7.3	8.9	5.5	7.7
11 à 12 heures	1.2	3.8	2.8	18.0	3.2	4.7		3.5	2.8	4.8	3.5		2.8
Total	100.0 (79)	100.0 (130)	100.0 (208)	100.0 (55)	100.0 (61)	100.0 (42)	100.0 (27)	100.0 (28)	100.0 (214)	100.0 (41)	100.0 (112)	100.0 (54)	100.0 (207)

NORMANDIN

Tableau 4: Combien d'heures par jour consacrez-vous habituellement à regarder la télévision des autres postes de la région?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
0		1.9	1.2			5.4			1.2			9.5	1.2	3.1			1.2
1 - 2	50.0	34.3	40.2	36.2	36.1	54.0	39.1	34.6	40.2	41.8	36.8	38.1	40.2	35.9	37.7	51.2	40.
3 - 4	25.0	31.4	29.0	25.5	36.1	32.5	26.1	23.1	29.0	30.9	28.9	19.0	29.0	28.2	32.8	25.6	29.
5 - 6	15.6	21.0	18.9	21.3	19.4	8.1	17.4	30.8	18.9	17.3	21.1	23.9	18.9	20.3	19.7	16.3	19.
7 et plus	9.4	11.4	10.7	17.0	8.4		17.4	11.5	10.7	10.0	15.2	9.5	10.7	12.5	9.8	6.9	10.1
Total	100.0 (64)	100.0 (105)	100.0 (169)	100.0 (47)	100.0 (36)	100.0 (37)	100.0 (23)	100.0 (26)	100.0 (169)	100.0 (110)	100.0 (38)	100.0 (21)	100.0 (169)	100.0 (64)	100.0 (61)	100.0 (43)	100.0 (166)

Le degré d'information sur la TVC

ST-PELICIEN

Tableau 5: Jusqu'à quel point vous considérez-vous au courant des activités de la télévision communautaire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Très informé(e)	4.1	3.9	4.0	1.7	3.0	6.5	3.8	7.9	4.2	6.0	4.4	1.4	3.8
Assez bien informé(e)	16.5	13.1	14.4	16.9	9.0	17.4	26.9	13.2	15.3	16.0	15.8	12.3	14.8
Pas tellement informé(e)	46.5	44.2	45.0	37.3	50.7	41.3	30.8	50.0	43.2	44.0	44.7	46.6	45.1
Pratiquement pas informé(e)	32.9	38.8	36.6	44.1	37.3	34.8	38.5	28.9	37.3	34.0	35.1	39.7	36.3
Total	100.0 (97)	100.0 (152)	100.0 (249)	100.0 (59)	100.0 (67)	100.0 (46)	100.0 (26)	100.0 (38)	100.0 (236)	100.0 (50)	100.0 (114)	100.0 (73)	100.0 (237)

NORMANDIN

Tableau 5: Jusqu'à quel point vous considérez-vous au courant des activités de la télévision communautaire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Très informé(e)	11.1	3.6	6.3	6.5	13.2	2.7		6.9	6.3	6.9	5.7	4.2	6.3	1.5	6.3	14.0	6.3
Assez bien informé(e)	20.6	17.0	18.3	13.0	23.7	18.9	24.0	13.8	18.3	19.0	8.6	29.2	18.3	20.6	19.0	14.0	18.4
Pas tellement informé(e)	42.9	50.9	48.0	56.5	44.7	45.9	44.0	44.8	48.0	47.4	57.1	37.4	48.0	39.7	52.4	53.5	47.7
Pratiquement pas informé(e)	25.4	28.5	27.4	24.0	18.4	32.4	32.0	34.5	27.4	26.7	28.6	29.2	27.4	38.2	22.3	18.5	27.6
Total	100.0 (63)	100.0 (112)	100.0 (175)	100.0 (46)	100.0 (38)	100.0 (37)	100.0 (25)	100.0 (29)	100.0 (175)	100.0 (116)	100.0 (42)	100.0 (33)	100.0 (175)	100.0 (68)	100.0 (63)	100.0 (43)	100.0 (174)

ST-FELICIEN Tableau 6: a) Etiez-vous au courant que la télévision communautaire vous présentait des petites annonces et de la musique dans l'après-midi?

b) Vous est-il arrivé de noter des numéros de téléphone, des adresses, des annonces que l'on vous suggérait à la télévision communautaire?

c) Vous est-il arrivé d'écouter la musique à la télévision communautaire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
A) Oui	90.1	80.6	83.9	74.1	82.1	83.3	85.7	89.7	81.8	77.8	84.0	67.7	77.9
Non	9.9	19.4	16.1	25.9	17.9	16.7	14.3	10.3	18.2	22.2	16.0	32.3	22.1
Total	100.0 (71)	100.0 (134)	100.0 (205)	100.0 (54	100.0 (56)	100.0 (42)	100.0 (28)	100.0 (29)	100.0 (209)	100.0 (45)	100.0 (106)	100.0 (62)	100.0 (213)
B) Oui	21.0	32.0	27.9	13.7	21.4	46.2	46.4	24.1	28.1	29.8	28.8	30.8	29.5
Non	79.0	68.0	72.1	86.3	78.6	53.8	53.6	75.9	71.9	70.2	71.2	69.2	70.5
Total	100.0 (76)	100.0 (128)	100.0 (204)	100.0 (51)	100.0 (56)	100.0 (39)	100.0 (28)	100.0 (29)	100.0 (203)	100.0 (47)	100.0 (104)	100.0 (39)	100.0 (190)
C) Oui	84.8	72.6	79.4	92.3	83.9	81.0	86.2	83.9	85.7	79.2	87.9	86.7	85.6
Non	15.2	27.4	20.6	7.7	16.1	19.0	13.8	16.1	14.3	20.8	12.1	13.3	14.4
Total	100.0 (79)	100.0 (62)	100.0 (141)	100.0 (52)	100.0 (56)	100.0 (42)	100.0 (29)	100.0 (31)	100.0 (210)	100.0 (48)	100.0 (107)	100.0 (60)	100.0 (215)

NORMANDIN

Tableau 6: a) Etiez-vous au courant que la télévision communautaire vous présentait des petites annonces et de la musique dans l'après-midi?

b) Vous est-il arrivé de noter des numéros de téléphone, des adresses, des annonces que l'on vous suggérait à la télévision communautaire?

c) Vous est-il arrivé d'écouter la musique à la télévision communautaire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
a) Oui	48.0	50.8	49.6	50.0	54.2	31.8	47.4	63.6	49.6	49.6			49.6	56.4	32.5	60.6	49.1
Non	52.0	49.2	50.4	50.0	45.8	68.2	52.6	36.4	50.4	50.4			50.4	43.6	67.5	39.4	50.9
Total	100.0 (50)	100.0 (63)	100.0 (113)	100.0 (26)	100.0 (24)	100.0 (22)	100.0 (19)	100.0 (22)	100.0 (113)	100.0 (113)			100.0 (113)	100.0 (39)	100.0 (40)	100.0 (33)	100.0 (112)
b) Oui	18.0	27.0	23.0	34.6	26.1	18.2	20.0	13.6	23.0	23.0			23.0	23.1	26.8	18.8	23.2
Non	82.0	73.0	77.0	65.4	73.9	81.8	80.0	86.4	77.0	77.0			77.0	76.9	73.2	81.2	76.8
Total	100.0 (50)	100.0 (63)	100.0 (113)	100.0 (26)	100.0 (23)	100.0 (22)	100.0 (20)	100.0 (22)	100.0 (113)	100.0 (113)			100.0 (113)	100.0 (39)	100.0 (41)	100.0 (32)	100.0 (112)
c) Oui	34.0	41.0	37.8	40.0	50.0	27.3	47.4	23.8	37.8	37.8			37.8	35.9	35.9	43.8	38.2
Non	66.0	59.0	62.2	60.0	50.0	72.7	52.6	76.2	62.2	62.2			62.2	64.1	64.1	56.2	61.8
Total	100.0 (50)	100.0 (61)	100.0 (111)	100.0 (25)	100.0 (24)	100.0 (22)	100.0 (19)	100.0 (21)	100.0 (111)	100.0 (111)			100.0 (111)	100.0 (39)	100.0 (39)	100.0 (32)	100.0 (110)

Le degré de participation

ST-FELICIEN Tableau 7: Ecoutez-vous les émissions de la télévision communautaire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Très souvent	3.3	5.0	4.4	1.7	0.0	10.6	0.0	11.7	4.4	6.1	3.4	5.1	4.5
Souvent	13.4	15.2	14.5	12.4	11.4	12.7	24.1	11.7	14.5	18.3	16.5	8.6	14.8
De temps en temps	78.6	74.6	76.2	76.7	70.4	74.4	75.8	76.4	76.6	69.3	76.5	81.0	76.1
Jamais	4.4	5.07	4.8	8.9	8.1	2.1	0.0	0.0	4.4	6.1	3.4	5.1	4.5
Total	100.0 (89)	100.0 (138)	100.0 (227)	100.0 (56)	100.0 (61)	100.0 (47)	100.0 (29)	100.0 (34)	100.0 (227)	100.0 (49)	100.0 (115)	100.0 (58)	100.0 (222)

NORMANDIN

Tableau 7: Ecoutez-vous les émissions de la télévision communautaire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Très souvent	4.8	7.7	6.7	4.2	10.0	2.7	8.3	9.7	6.7	4.3	10.6	12.5	6.7	12.3		6.7	6.7
Souvent	15.9	11.1	12.8	10.4	12.5	8.1	20.9	16.1	12.8	15.2	7.9	8.3	12.8	11.0	21.3	4.4	12.8
De temps en temps	65.0	68.4	67.2	75.0	65.0	73.0	54.1	61.3	67.2	70.3	60.5	62.5	67.2	61.6	68.9	73.3	67.3
Jamais	14.3	12.8	13.3	10.4	12.5	14.2	16.7	12.9	13.3	10.2	21.0	16.7	13.3	15.1	9.8	15.6	13.4
Total	100.0 (63)	100.0 (117)	100.0 (180)	100.0 (48)	100.0 (40)	100.0 (37)	100.0 (24)	100.0 (51)	100.0 (180)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0 (73)	100.0 (61)	100.0 (45)	100.0 (179)

ST-FELICIEN

Tableau 8: Pouvez-vous indiquer la raison qui vous a le plus porté à écouter la télévision communautaire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Ce sont des gens de notre milieu qui font les émissions	16.8	25.7	22.1	24.0	18.8	21.1	23.8	24.9	22.2	23.7	20.1	26.6	22.4
Pour me distraire	7.4	2.5	4.5	4.7	2.8	0.0	4.7	9.0	4.4	8.4	2.1	1.6	3.4
Parce que les sujets abordés m'intéressaient beaucoup	28.9	25.7	27.0	17.4	31.8	30.7	28.5	24.9	26.6	27.1	30.9	21.6	27.9
Pour savoir ce qui se passe dans ma ville	40.1	37.1	38.3	39.6	34.7	40.3	35.7	38.6	37.7	33.8	37.4	43.3	37.9
Parce qu'il y avait des gens de ma famille	2.8	2.5	2.6	1.5	4.3	1.9	4.7	0.0	2.5	3.3	3.5	0.0	2.7

Pouvez-vous indiquer la raison qui vous a le plus porté à écouter la télévision communautaire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
C'était ennuyant aux autres postes à cette heure-là	1.8	3.7	3.0	1.5	0.0	1.9	2.3	0.0	2.9	0.0	3.5	4.9	3.1
Pour une autre raison	1.8	2.5	2.8	3.1	2.8	3.8	0.0	2.2	2.5	3.3	2.1	1.6	2.3
Total	100.0 (107)	100.0 (159)	100.0 (266)	100.0 (63)	100.0 (69)	100.0 (52)	100.0 (42)	100.0 (44)	100.0 (270)	100.0 (59)	100.0 (139)	100.0 (60)	100.0 (258)

NORMANDIN

Tableau 8: Pouvez-vous indiquer la raison qui vous a le plus porté à écouter la télévision communautaire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Ce sont des gens de notre milieu qui font les émissions	32.1	31.0	31.4	33.3	26.3	36.3	27.5	32.5	31.4	32.0	34.4	22.7	31.4	27.7	35.1	34.1	31.5
Pour me distraire	6.2	3.9	4.8	4.1	5.3	2.3	7.5	5.0	4.8	5.1	3.1	4.6	4.8	7.4	1.4	4.9	4.8
Parce que les sujets abordés m'intéressaient beaucoup	16.0	14.7	15.2	8.3	23.7	16.0	17.5	12.5	15.2	16.0	18.7	4.6	15.2	16.0	17.6	9.8	15.3
Pour savoir ce qui se passe dans le secteur	27.2	38.0	33.8	31.3	39.3	38.6	25.0	35.0	33.8	32.7	25.0	54.5	33.8	34.0	32.4	36.6	34.0
Parce qu'il y avait des gens de ma famille	6.2	4.7	5.2	6.3	2.7	4.5	10.0	2.5	5.2	7.1			5.2	7.5	4.0	2.4	5.3

Pouvez-vous indiquer la raison qui vous a le plus porté à écouter la télévision communautaire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
C'était ennuyant aux autres postes à cette heure-là	3.7	2.3	2.8	6.3			2.5	5.0	2.8	2.6	6.3		2.8	3.2	1.4	4.9	2.9
Pour une autre raison	8.6	5.4	6.8	10.4	2.7	2.3	10.0	7.5	6.8	4.5	12.5	13.6	6.8	4.2	8.1	7.3	6.2
Total	100.0 (81)	100.0 (129)	100.0 (210)	100.0 (48)	100.0 (38)	100.0 (44)	100.0 (40)	100.0 (40)	100.0 (210)	100.0 (156)	100.0 (32)	100.0 (22)	100.0 (210)	100.0 (94)	100.0 (74)	100.0 (41)	100.0 (209)

ST-FELICIEN

Tableau 9: Pouvez-vous indiquer la raison qui vous a le plus porté à ne pas écouter davantage les émissions de la télévision communautaire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Troubles techniques trop nombreux.	13.0	10.9	11.7	12.8	9.2	15.2	12.5	12.1	12.1	10.2	13.2	9.6	11.6
Les sujets ne sont pas intéressants	0.0	2.7	0.84	3.2	3.0	0.0	0.0	0.0	1.6	0.0	1.6	3.2	1.7
Je n'aime pas tellement les gens qui s'occupent de la télévision communautaire	1.08	0.0	0.42	22.5	1.5	0.0	0.0	0.0	0.42	0.0	0.82	0.0	0.4
Je ne savais pas à quelle heure passaient les émissions	26.0	28.7	27.7	20.9	32.2	30.4	21.8	30.3	27.7	28.5	30.5	16.1	26.2
Je préférais les émissions des autres postes	15.2	14.3	14.7	20.8	12.3	6.5	12.5	21.2	14.7	22.4	9.0	22.5	15.5

Pouvez-vous indiquer la raison qui vous a le plus porté à ne pas écouter davantage les émissions de la télévision communautaire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Je ne connaissais pas assez les gens qui participaient aux émissions	1.08	3.4	2.5	4.8	1.5	2.1	3.1	0.0	2.5	2.0	2.4	3.2	2.5
Je l'oubliais	17.3	23.9	21.4	9.6	23.0	28.2	28.1	24.2	21.4	22.4	24.7	16.1	21.9
Je n'étais pas à la maison	17.3	10.2	13.0	19.3	7.6	16.2	9.3	9.0	12.6	8.1	14.0	14.5	12.9
Les histoires des autres ne m'intéressent pas	0.0	0.6	0.42	1.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.42	0.0	0.0	1.6	0.4
Pour une autre raison	8.6	4.7	6.3	4.8	9.2	2.1	12.5	3.0	6.3	6.1	3.3	12.8	6.4
Total	100.0 (92)	100.0 (146)	100.0 (238)	100.0 (62)	100.0 (65)	100.0 (46)	100.0 (32)	100.0 (33)	100.0 (238)	100.0 (49)	100.0 (121)	100.0 (62)	100.0 (232)

NORMANDIN

Tableau 9: Pouvez-vous indiquer la raison qui vous a le plus porté à ne pas écouter davantage les émissions de la télévision communautaire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Troubles techniques trop nombreux	17.6	22.9	20.9	18.2	19.6	21.7	19.6	25.5	20.9	18.7	25.0	28.0	20.9	22.5	20.0	19.6	21.0
Les sujets ne sont pas intéressants	9.9	3.3	5.7	7.3	5.9	6.5	2.5	5.8	5.7	6.4	6.3		5.7	3.9	7.1	7.1	5.8
Je n'aime pas tellement les gens qui s'occupent de la télévision communautaire	1.1	2.0	1.7	1.8	1.9	2.2		2.0	1.7	1.2	2.1	4.0	1.7		1.2	5.4	1.6
Je ne savais pas à quelle heure passaient les émissions	9.9	10.4	10.2	7.3	15.7	10.9	9.8	7.8	10.2	7.6	18.7	12.0	10.2	15.7	7.1	8.9	10.4
Je préférais les émissions des autres postes	17.6	19.6	18.9	29.1	5.9	17.4	21.9	19.6	18.9	24.0	6.3	8.0	18.9	17.6	20.0	19.6	18.9

Pouvez-vous indiquer la raison qui vous a le plus porté à ne pas écouter davantage les émissions de la télévision communautaire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Je ne connaissais pas assez les gens qui participaient aux émissions		2.0	1.2	3.6				2.0	1.2	1.2	2.1		1.2	1.0		3.7	1.2
Je l'oubliais	20.9	24.2	23.0	14.5	31.4	23.9	24.3	21.5	23.0	21.6	20.8	36.0	23.0	22.6	28.2	14.3	22.6
Je n'étais pas à la maison	17.6	9.1	12.3	12.7	11.8	10.9	14.6	11.8	12.3	12.9	12.4	8.0	12.3	12.8	10.5	14.3	12.3
Les histoires des autres paroisses ne m'intéressent pas	1.1	0.7	0.8					4.0	0.8	1.2			0.8	2.0			0.8
Pour une autre raison	4.3	5.8	5.3	5.5	7.8	6.5	7.3		5.3	5.2	6.3	4.0	5.3	5.3	5.9	7.1	5.4
Total	100.0 (92)	100.0 (253)	100.0 (344)	100.0 (55)	100.0 (51)	100.0 (46)	100.0 (41)	100.0 (51)	100.0 (244)	100.0 (171)	100.0 (48)	100.0 (25)	100.0 (244)	100.0 (102)	100.0 (85)	100.0 (56)	100.0 (243)

ST-FELICIEN Tableau 10: a) A la suite des émissions de la télévision communautaire, vous arrivait-il d'en parler avec d'autres personnes?

b) Si oui, quand en parliez-vous surtout?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
A) Très souvent	12.1	12.1	12.8	7.8	6.7	13.9	22.2	27.1	12.1	15.1	10.8	13.7	12.4
Souvent	32.6	30.2	31.2	13.7	38.8	37.1	40.7	33.3	31.8	30.3	36.9	23.5	32.1
Pas tellement souvent	44.7	44.6	44.8	54.8	45.6	41.7	48.1	39.3	44.5	45.5	43.2	47.0	44.6
Jamais	9.6	12.8	11.6	23.5	8.4	6.9	11.1	9.0	11.2	8.6	9.0	15.6	10.5
Total	100.0 (82)	100.0 (132)	100.0 (214)	100.0 (51)	100.0 (59)	100.0 (43)	100.0 (27)	100.0 (33)	100.0 (213)	100.0 (46)	100.0 (111)	100.0 (51)	100.0 (208)
B) Pendant les émissions	16.9	6.1	9.9	14.7	18.5	3.1	5.0	5.0	10.8	3.3	12.8	12.8	10.9
Immédiatement après	24.4	29.8	27.9	35.2	20.8	31.2	20.0	30.0	27.5	33.3	30.7	17.9	27.9
Quelques jours après	58.2	63.8	61.9	49.9	60.3	65.5	75.0	65.0	61.7	63.3	56.3	69.1	61.2
Total	100.0 (53)	100.0 (97)	100.0 (150)	100.0 (34)	100.0 (43)	100.0 (32)	100.0 (20)	100.0 (20)	100.0 (149)	100.0 (30)	100.0 (78)	100.0 (39)	100.0 (147)

NORMANDIN

Tableau 10: a) A la suite des émissions de la télévision communautaire, vous arrivait-il d'en parler avec d'autres personnes?

b) Si oui, quand en parliez-vous surtout?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
a) Très souvent	11.1	11.6	11.4	[illegible]	16.1	6.5	19.0	18.2	11.4	12.4	12.0	5.3	11.4	14.3	[illegible]	16.7	[illegible]
Souvent	29.7	23.2	25.5	27.3	22.6	25.8	19.0	31.8	25.5	29.5	16.0	15.8	25.5	23.2	32.1	19.4	2[illegible]
Par tellement souvent	48.1	54.7	52.4	56.8	51.6	54.8	57.2	36.4	52.4	47.6	60.0	68.4	52.4	48.2	53.6	55.6	52.6
Jamais	11.1	10.5	10.7	11.3	9.7	12.9	4.8	13.6	10.7	10.5	12.0	10.5	10.7	14.3	8.9	8.3	10.9
Total	100.0 (54)	100.0 (95)	100.0 (149)	100.0 (44)	100.0 (31)	100.0 (31)	100.0 (21)	100.0 (22)	100.0 (149)	100.0 (105)	100.0 (25)	100.0 (19)	100.0 (149)	100.0 (56)	100.0 (56)	100.0 (36)	[illegible]
b) Pendant les émissions	12.8	12.1	12.4	6.4	15.0	14.3	10.0	23.1	12.4	9.4	25.0	14.3	12.4	24.4	8.1	0.0	1[illegible]
Immédiatement après	23.1	27.3	25.7	29.1	5.0	28.6	40.0	23.1	25.7	29.3	12.5	21.4	25.7	[illegible]	24.3	23.1	26.9
Quelques jours après	64.1	60.6	61.9	64.5	80.0	57.1	50.0	53.8	61.9	[illegible]	62.5	64.3	61.9	[illegible]	67.6	76.9	60.4
Total	100.0 (39)	100.0 (66)	100.0 (105)	100.0 (31)	100.0 (20)	100.0 (21)	100.0 (20)	100.0 (13)	100.0 (105)	100.0 (75)	100.0 (16)	100.0 (14)	100.0 (105)	100.0 (41)	100.0 (37)	100.0 (26)	100.0 (104)

ST-FELICIEN Tableau 11: a) Avez-vous déjà participé à une ou plusieurs émissions de télévision communautaire soit comme participant actif, soit comme simple figurant

b) Si oui, encore, combien de fois environ?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
A) Oui	22.7	11.6	15.9	8.8	23.3	19.6	7.1	12.9	15.3	2.6	17.4	19.3	15.2
Non	77.3	88.4	84.1	91.2	76.7	80.4	92.9	87.1	84.7	97.4	82.6	80.7	84.8
Total	100.0 (88)	100.0 (138)	100.0 (226)	100.0 (57)	100.0 (60)	100.0 (46)	100.0 (28)	100.0 (31)	100.0 (222)	100.0 (39)	100.0 (115)	100.0 (57)	100.0 (221)
B) 1 ou 2 fois	50.0	75.0	61.1	71.5	57.2	50.0	50.0	100.0	61.1	100.0	68.4	50.0	62.9
3 ou 4 fois	40.0	25.0	33.3	28.5	28.6	50.0	50.0	-	33.3	-	26.3	42.9	31.4
5 à 7 fois	5.0	-	2.8	-	7.1	-	-	-	2.8	-	-	7.1	2.9
8 à 10 fois	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 fois et plus	5.0	-	2.8	-	7.1	-	-	-	2.8	-	5.3	-	2.9
Total	100.0 (20)	100.0 (16)	100.0 (36)	100.0 (7)	100.0 (14)	100.0 (10)	100.0 (2)	100.0 (3)	100.0 (36)	100.0 (2)	100.0 (19)	100.0 (14)	100.0 (35)

c) Si oui encore, indiquez, parmi les raisons suivantes, celle qui vous a <u>le plus</u> porté à le faire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Par curiosité	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Parce qu'on m'a demandé de le faire	35.0	36.4	35.7	37.5	23.1	46.7	50.0	40.0	37.2	33.3	40.9	35.7	38.5
Parce que je voulais savoir comment ça fonctionne à la télévision communautaire	5.0	13.6	9.5	12.5	7.7	6.7	-	20.0	9.3	33.3	13.6	-	10.3
Parce que ça me semblait intéressant	20.0	13.6	16.7	12.5	23.1	20.0	-	-	16.3	33.3	9.1	7.1	10.3
Parce que je voulais passer à la télévision communautaire	5.0	-	2.4	-	7.7	-	-	-	2.3	-	-	7.1	2.6

c) Si oui encore, indiquez, parmi les raisons suivantes, celle qui vous a <u>le plus</u> porté à le faire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Parce que j'avais des idées précises à exprimer	30.0	4.5	16.7	12.5	23.1	13.3	-	20.0	16.3	-	13.6	28.6	17.9
Par hasard	-	13.6	7.1	12.5	7.7	6.7	-	-	7.0	-	9.1	7.1	7.7
Pour une autre raison	5.0	18.2	11.9	12.5	7.7	6.7	50.0	20.0	11.6	-	13.6	14.3	12.8
Total	100.0 (20)	100.0 (22)	100.0 (42)	100.0 (8)	100.0 (13)	100.0 (15)	100.0 (2)	100.0 (5)	100.0 (43)	100.0 (3)	100.0 (22)	100.0 (14)	100.0 (39)

d) Si non, indiquez parmi les raisons suivantes, celle qui vous a <u>le plus</u> porté à ne pas le faire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Je n'aime pas paraître en public	26.2	33.6	31.0	13.7	41.7	37.5	40.0	30.8	31.4	45.2	31.6	17.8	31.4
Je n'ai jamais été invité personnellement	24.6	18.0	20.3	17.6	16.7	22.5	15.0	26.9	19.5	19.0	22.4	13.3	19.5
Je ne sentais pas que je pouvais apporter quelque chose	23.1	20.5	21.4	25.5	18.7	20.0	25.0	19.2	21.6	11.9	22.4	28.9	21.6
Parce que je n'aimais pas certaines personnes à la télévision communautaire	1.5	-	0.5	2.0	-	-	-	-	0.5	-	-	2.2	0.5

d) Si non, indiquez parmi les raisons suivantes, celle qui vous a le plus porté à ne pas le faire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Manque d'intérêt	12.3	9.8	10.7	13.7	6.2	10.0	15.0	11.5	10.8	4.8	11.2	15.6	10.8
Pour une autre raison	12.3	18.0	16.1	27.5	16.7	10.0	5.0	11.5	16.2	19.0	12.4	22.2	16.2
Total	100.0 (65)	100.0 (122)	100.0 (187)	100.0 (51)	100.0 (48)	100.0 (40)	100.0 (20)	100.0 (26)	100.0 (185)	100.0 (42)	100.0 (98)	100.0 (45)	100.0 (185)

NORMANDIN

Tableau 11: a) Avez-vous déjà participé à une ou plusieurs émissions de télévision communautaire soit comme participant actif, soit comme simple figurant?

b) Si oui, encore, combien de fois environ?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
A) Oui	25.0	3.5	10.9	8.7	16.7	13.5	16.7		10.9	15.0	5.5		10.9	7.0	6.5	25.0	11.0
Non	75.0	96.5	89.1	91.3	83.3	86.5	83.3	100.0	89.1	85.0	94.5	100.0	89.1	93.0	93.5	75.0	89.0
Total	100.0	100.0	100.0	100.0 (46)	100.0 (36)	100.0 (37)	100.0 (24)	100.0 (31)	100.0 (174)	100.0 (113)	100.0 (136)	100.0 (25)	100.0 (174)	100.0 (72)	100.0 (61)	100.0 (40)	100.0 (173)
a) 1 ou 2 fois	50.0	75.0	58.3	80.0	33.3	66.6	75.0	33.3	59.3	52.9	75.0	66.6	58.3	66.6	60.0	50.0	58.3
3 ou 4 fois	25.0	25.0	25.0		33.3	33.4	25.0	33.3	25.0	29.4	25.0		25.0	22.2	40.0	20.0	25.0
5 à 7 fois	6.3		4.2						4.2	5.9			4.2			10.0	4.2
8 à 10 fois					16.7					11.8							
11 fois et plus	18.7		12.5	20.0	16.7			33.4	12.5			33.4	12.5	11.2		20.0	12.5
Total	100.0 (16)	100.0 (8)	100.0 (24)	100.0 (5)	100.0 (6)	100.0 (6)	100.0 (4)	100.0 (3)	100.0 (24)	100.0 (17)	100.0 (4)	100.0 (3)	100.0 (24)	100.0 (9)	100.0 (5)	100.0 (10)	100.0 (24)

c) Si oui encore, indiquez, parmi les raisons suivantes, celle qui vous a le plus porté à le faire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
ar curiosité	11.2	11.1	11.1	11.1	10.0	12.5		25.0	11.1	12.8			11.1	14.3		20.0	11.1
arce qu'on 'a demandé e le faire	22.2	44.5	31.1	22.2	60.0	25.0	30.0	12.5	31.1	25.6	100.0	33.4	31.1	23.8	22.2	46.7	31.1
arce que je voulais sa- oir comment ça fonction- e à la té- évision com- unautaire	14.8	33.2	22.2	22.2	10.0	12.5	40.0	25.0	22.2	18.0		66.6	22.2	33.3	33.3		22.2
Parce que ça me semblait ntéressant	22.2	5.6	15.4	11.1	10.0	25.0	10.0	25.0	15.7	18.0			15.7	19.0	11.1	13.3	15.7
Parce que je voulais par- ler à la té- évision com- unautaire	4.4		4.4	22.2					4.4	5.1			4.4		22.2		4.4

c) Si oui encore, indiquez, parmi les raisons suivantes, celle qui vous a le plus porté à le faire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Parce que j'avais des idées précises à exprimer	14.8		8.9		10.0	25.0	10.0		8.9	12.8			8.9	4.8	11.2	6.7	8.9
Par hasard	3.7	5.6	4.4	11.2				12.5	4.4	5.1			4.4			13.3	4.4
Pour une autre raison	3.7		2.2				10.0		2.2	2.6			2.2	4.8			2.2
Total	100.0 (27)	100.0 (18)	100.0 (45)	100.0 (9)	100.0 (10)	100.0 (8)	100.0 (10)	100.0 (8)	100.0 (45)	100.0 (39)	100.0 (3)	100.0 (3)	100.0 (45)	100.0 (21)	100.0 (9)	100.0 (15)	100.0 (45)

d) Si non, indiquez parmi les raisons suivantes, celle qui vous a le plus porté à ne pas le faire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Je n'aime pas paraître en public	26.7	32.7	31.0	26.8	31.0	39.5	19.0	34.6	31.0	29.7	33.3	33.3	31.0	40.0	25.9	23.3	31.
Je n'ai jamais été invité personnellement	35.5	28.2	30.3	34.2	34.4	26.3	28.7	26.9	30.3	28.7	33.3	33.3	30.3	27.7	27.6	36.7	29.-
Je ne pensais pas que je pouvais apporter quelque chose	13.4	15.4	14.8	7.3	20.8	13.2	19.0	19.2	14.8	14.9	18.2	9.5	14.8	13.9	20.7	6.8	15.0
Parce que je n'aimais pas certaines personnes à la télévision communautaire																	
Pour d'autres	22.2	8.3	12.3	24.6	6.9	13.2	14.3	11.6	12.3	13.9	14.2	4.8	12.3	9.2	13.8	16.4	13.-

4) Si non, indiquez parmi les raisons suivantes, celle qui vous a le plus porté à ne pas le faire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Pour une autre raison	2.2	15.4	11.6	17.1	6.9	7.8	19.0	7.7	11.6	12.8	3.0	19.1	11.6	9.2	12.0	16.6	11.8
Total	100.0 (45)	100.0 (110)	100.0 (155)	100.0 (41)	100.0 (29)	100.0 (38)	100.0 (21)	100.0 (26)	100.0 (155)	100.0 (101)	100.0 (33)	100.0 (21)	100.0 (155)	100.0 (65)	100.0 (58)	100.0 (30)	100.0 (153)

ST-FELICIEN Tableau 12: a) Avez-vous déjà participé à une ou des émissions de télévision communautaire comme aide technique, ou encore comme responsable d'émission, animateur, recherche, etc.?

b) Si oui, indiquez, parmi les raisons suivantes, celle qui vous a le plus porté à le faire.

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
A) Oui	7.0	1.5	3.7	5.7	3.2	4.5	3.7	-	3.7	-	4.3	5.7	3.8
Non	93.0	98.5	96.3	94.3	96.8	95.5	96.3	100.0	96.3	100.0	95.7	94.3	96.2
Total	100.0 (86)	100.0 (132)	100.0 (218)	100.0 (53)	100.0 (62)	100.0 (44)	100.0 (27)	100.0 (31)	100.0 (217)	100.0 (43)	100.0 (115)	100.0 (53)	100.0 (211)
B) 1 ou 2 fois	33.3	50.0	37.5	-	50.0	100.0	-	-	37.5	-	40.0	33.3	37.5
3 ou 4 fois	50.0	50.0	50.0	66.7	50.0	-	100.0	-	50.0	-	60.0	33.3	50.0
5 à 7 fois	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
8 à 10 fois	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
11 fois et plus	16.7	-	12.5	33.3	-	-	-	-	12.5	-	-	33.3	12.5
Total	100.0 (6)	100.0 (2)	100.0 (8)	100.0 (3)	100.0 (2)	100.0 (2)	100.0 (1)	-	100.0 (8)	-	100.0 (5)	100.0 (3)	100.0 (8)

c) Si oui, indiquez, parmi les raisons suivantes, celle qui vous a <u>le plus porté</u> à le faire.

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Par curiosité	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
On me l'avait demandé	20.0	50.0	33.3	-	33.3	33.3	100.0	-	33.3	-	28.6	50.0	33.3
Pour me découvrir des goûts ou des aptitudes	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Pour occuper mes loisirs	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Parce que je connais quelqu'un qui y travaillait	20.0	-	11.1	-	-	33.3	-	-	11.1	-	14.3	-	11.1

c) Si oui, indiquez, parmi les raisons suivantes, celle qui vous a <u>le plus porté</u> à le faire. (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Parce que je voulais connaître le fonctionnement de la télévision communautaire	20.0	50.0	33.3	100.0	-	33.3	-	-	33.3	-	42.8	-	33.3
Pour une autre raison	40.0	-	22.2	-	66.7	-	-	-	22.2	-	14.3	50.0	22.2
Total	100.0 (5)	100.0 (4)	100.0 (9)	100.0 (2)	100.0 (3)	100.0 (3)	100.0 (1)	100.0 -	100.0 (9)	100.0 -	100.0 (7)	100.0 (2)	100.0 (9)

d) Si vous n'avez jamais travaillé à la technique ou comme responsable d'émissions, laquelle des raisons suivantes vous a <u>le plus porté</u> à ne pas le faire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Je n'ai jamais été invité personnellement	23.6	25.6	24.9	25.0	23.1	17.5	31.8	33.3	24.9	31.6	24.3	22.0	25.1
Parce que je n'aimais pas certaines personnes à la télévision communautaire	1.4	-	0.5	1.9	-	-	-	-	0.5	-	1.0	-	0.5
Je ne me sentais pas capable d'apprendre à faire ce que j'aurais aimé faire	9.7	7.2	8.1	13.5	1.8	5.0	-	22.2	8.1	13.2	6.8	6.0	7.9
Manque d'intérêt	5.6	11.2	9.1	7.7	5.4	12.5	13.6	11.1	9.1	13.2	7.8	8.0	8.9

d) Si vous n'avez jamais travaillé à la technique ou comme responsable d'émissions, laquelle des raisons suivantes vous a <u>le plus porté</u> à ne pas le faire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Je n'avais pas le temps	43.1	32.8	36.5	34.6	39.3	40.0	50.0	18.5	36.5	18.4	38.8	44.0	36.1
Pour une autre raison	16.6	23.2	20.8	17.3	30.4	25.0	4.5	14.8	20.8	23.6	21.3	20.0	21.5
Total	100.0 (72)	100.0 (125)	100.0 (197)	100.0 (52)	100.0 (56)	100.0 (40)	100.0 (22)	100.0 (27)	100.0 (197)	100.0 (38)	100.0 (103)	100.0 (50)	100.0 (191)

d) Si vous n'avez jamais travaillé à la technique ou comme responsable d'émissions, laquelle des raisons suivantes vous a le plus porté à ne pas le faire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Je n'ai jamais été invité personnellement	23.6	25.6	24.9	25.0	23.1	17.5	31.8	33.3	24.9	31.6	24.3	22.0	25.1
Parce que je n'aimais pas certaines personnes à la télévision communautaire	1.4	-	0.5	1.9	-	-	-	-	0.5	-	1.0	-	0.5
Je ne me sentais pas capable d'apprendre à faire ce que j'aurais aimé faire	9.7	7.2	8.1	13.5	1.8	5.0	-	22.2	8.1	13.2	6.8	6.0	7.9
Manque d'intérêt	5.6	11.2	9.1	7.7	5.4	12.5	13.6	11.1	9.1	13.2	7.8	8.0	8.9

d) Si vous n'avez jamais travaillé à la technique ou comme responsable d'émissions, laquelle des raisons suivantes vous a <u>le plus porté</u> à ne pas le faire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Je n'avais pas le temps	43.1	32.8	36.5	34.6	39.3	40.0	50.0	18.5	36.5	18.4	38.8	44.0	36.1
Pour une autre raison	16.6	23.2	20.8	17.3	30.4	25.0	4.5	14.8	20.8	23.6	21.3	20.0	21.5
Total	100.0 (72)	100.0 (125)	100.0 (197)	100.0 (52)	100.0 (56)	100.0 (40)	100.0 (22)	100.0 (27)	100.0 (197)	100.0 (38)	100.0 (103)	100.0 (50)	100.0 (191)

NORMANDIN

Tableau 12: a) Avez-vous déjà participé à une ou des émissions de télévision communautaire comme aide technique, ou encore comme responsable d'émission, animateur, recherche, etc.?

b) Si oui, indiquez, parmi les raisons suivantes, celle qui vous a le plus porté à le faire.

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
A) Oui	6.5	0.9	2.8	4.4	2.4	2.6	4.3		2.8	4.2			2.8	1.4		9.5	2.8
Non	93.5	99.1	97.2	95.6	97.6	97.4	95.7	100.0	97.2	95.8	100.0	100.0	97.2	98.6	100.0	90.5	97.2
Total	100.0 (61)	100.0 (117)	100.0 (178)	100.0 (45)	100.0 (41)	100.0 (38)	100.0 (23)	100.0 (31)	100.0 (178)	100.0 (119)	100.0 (36)	100.0 (23)	100.0 (178)	100.0 (70)	100.0 (65)	100.0 (42)	100.0 (177)
B) Par curiosité																	
Parce qu'on l'a demandé	10.0	50.0	16.7			50.0	20.0		16.7	16.7			16.7	20.0		14.3	16.7
Pour me découvrir des idées et des attitudes	10.0		8.3		25.0				8.3	8.3			8.3			14.3	8.3
Pour occuper mes loisirs	20.0		16.7		25.0		20.0		16.7	16.7			16.7	20.0		14.2	16.7
Parce que je voulais voir quelque chose	10.0		8.3				20.0		8.3	8.3			8.3	20.0			8.3

b) Si oui, indiquez, parmi les raisons suivantes, celle qui vous a le plus porté à le faire. (suite)

c) Si vous n'avez jamais travaillé à la technique comme responsable d'émissions, laquelle des raisons suivantes vous a le plus porté à ne pas le faire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Parce que je voulais connaître le fonctionnement de la télévision communautaire	30.0	50.0	33.3		25.0	50.0	40.0		33.3	33.3			33.3	40.0		28.6	33.3
Pour une autre raison	20.0		16.7	100.0	25.0				16.7	16.7			16.7			28.6	16.7
Total	100.0 (10)	100.0 (2)	100.0 (12)	100.0 (1)	100.0 (4)	100.0 (2)	100.0 (5)	100.0	100.0 (12)	100.0 (12)			100.0 (12)	100.0		100.0 (7)	100.0 (12)
c) Je n'ai jamais été invité personnellement	30.5	25.7	27.3	36.2	26.8	19.4	26.1	24.0	27.3	29.6	21.2	25.0	27.3	22.9	31.2	29.7	27.3
Parce que je n'aimais pas certaines personnes à la télévision communautaire	1.7		0.6		2.5	8.3			0.6	0.9			0.6		1.6		0.6

c) Si vous n'avez jamais travaillé à la technique comme responsable d'émissions laquelle des raisons suivantes vous a le plus porté à ne pas le faire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Tot
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Je ne me sentais pas capable d'apprendre à faire ce que j'aurais aimé faire	3.4	10.6	8.1	6.4	14.6	11.1	4.3	4.0	8.1	6.1	6.1	20.8	8.1	14.3	6.3		8.2
Manque d'intérêt	13.5	13.2	13.4	6.4	7.3	55.6	17.4	36.0	13.4	12.2	21.2	8.3	13.4	11.4	18.8	5.4	12.9
Je n'avais pas le temps	45.8	32.8	37.2	36.2	41.5	5.6	26.1	16.0	37.2	40.8	27.3	33.4	37.2	37.1	31.2	48.7	37
Pour une autre raison	5.1	17.7	13.4	14.8	7.3		26.1	20.0	13.4	10.4	24.2	12.5	13.4	14.3	10.9	16.2	13.4
Total	100.0 (59)	100.0 (113)	100.0 (172)	100.0 (47)	100.0 (41)	100.0 (36)	100.0 (23)	100.0 (25)	100.0 (172)	100.0 (115)	100.0 (33)	100.0 (24)	100.0 (172)	100.0 (70)	100.0 (64)	100.0 (37)	100.0 (171)

ST-FELICIEN

Tableau 13: Seriez-vous intéressé à être participant(e) dans une émission?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Oui	18.4	8.3	12.0	11.5	11.3	14.6	16.0	3.7	11.6	6.8	11.0	20.0	12.3
Non	43.4	58.6	53.1	34.6	50.0	63.4	56.0	77.8	53.1	63.6	56.0	36.0	52.7
Incertain	38.2	33.1	34.9	53.9	38.7	22.0	28.0	18.5	35.3	29.6	33.0	44.0	35.0
Total	100.0 (76)	100.0 (133)	100.0 (209)	100.0 (52)	100.0 (62)	100.0 (41)	100.0 (25)	100.0 (27)	100.0 (207)	100.0 (44)	100.0 (109)	100.0 (50)	100.0 (203)

NORMANDIN

Tableau 13: Seriez-vous intéressé à être participant(e) dans une émission?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Oui	13.3	5.5	8.3	8.3	10.8	13.5	4.2		8.3	10.0	2.9	8.4	8.3	2.9	8.1	18.9	8.3
Non	46.7	66.1	59.2	50.0	45.9	59.5	62.5	95.7	59.2	54.5	65.7	70.8	59.2	71.0	59.7	35.2	59.2
Incertain	40.0	28.4	32.5	41.7	43.3	27.0	33.3	4.3	32.5	35.5	31.4	20.8	32.5	26.1	32.2	45.9	32.5
Total	100.0 (60)	100.0 (109)	100.0 (169)	100.0 (48)	100.0 (37)	100.0 (37)	100.0 (24)	100.0 (23)	100.0 (169)	100.0 (110)	100.0 (35)	100.0 (24)	100.0 (169)	100.0 (69)	100.0 (62)	100.0 (37)	100.0 (168)

ST-FELICIEN

Tableau 14: Seriez-vous intéressé(e) à préparer une ou des émissions?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Oui	9.3	3.9	5.9	7.7	7.0	4.7	4.0	3.7	5.9	2.3	7.4	6.3	6.0
Non	49.3	71.9	63.5	42.3	66.7	67.4	64.0	85.2	62.7	72.1	65.7	45.8	62.3
Incertain	41.4	24.2	30.6	50.0	26.3	27.9	32.0	11.1	31.4	25.6	26.9	47.9	31.7
Total	100.0 (75)	100.0 (128)	100.0 (203)	100.0 (52)	100.0 (57)	100.0 (43)	100.0 (25)	100.0 (27)	100.0 (204)	100.0 (43)	100.0 (108)	100.0 (48)	100.0 (199)

NORMANDIN

Tableau 14: Seriez-vous intéressé(e) à préparer une ou des émissions?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Oui	15.0	10.0	11.8	17.0	13.9	10.5	8.0	4.2	11.8	12.7	13.9	4.2	11.8	3.9	17.2	19.4	11.8
Non	65.0	80.9	75.3	63.8	66.7	81.6	80.0	95.8	75.3	71.8	75.0	91.6	75.3	88.2	69.0	58.3	75.3
Incertain	20.0	9.1	12.9	19.2	19.4	7.9	12.0		12.9	15.5	11.1	4.2	12.9	7.9	13.8	22.3	12.9
Total	100.0 (60)	100.0 (110)	100.0 (170)	100.0 (47)	100.0 (36)	100.0 (38)	100.0 (25)	100.0 (24)	100.0 (170)	100.0 (110)	100.0 (36)	100.0 (24)	100.0 (170)	100.0 (76)	100.0 (58)	100.0 (36)	100.0 (170)

ST-FELICIEN

Tableau 15: Que vous ayez l'intention ou non de participer à la télévision communautaire, croyez-vous que vous et votre famille auriez suffisamment de choses à dire sur vos activités, vos projets, vos intérêts, etc., pour faire l'objet d'une émission de quelques minutes?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Oui	13.5	4.0	7.5	5.8	12.5	2.5	8.0	7.4	7.5	4.7	8.5	20.2	8.0
Non	41.9	51.6	48.0	50.0	35.7	47.5	60.0	59.3	48.0	55.8	38.3	49.0	45.2
Ca dépend des circonstances	44.6	44.4	44.5	44.2	51.8	50.0	32.0	33.3	44.5	39.5	53.2	40.8	46.8
Total	100.0 (74)	100.0 (126)	100.0 (200)	100.0 (52)	100.0 (56)	100.0 (40)	100.0 (25)	100.0 (27)	100.0 (200)	100.0 (43)	100.0 (94)	100.0 (49)	100.0 (186)

NORMANDIN

Tableau 15c Que vous ayez l'intention ou non de participer à la télévision communautaire, croyez-vous que vous et votre famille auriez suffisamment de choses à dire sur vos activités, vos projets, vos intérêts, etc., pour faire l'objet d'une émission de quelques minutes?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Oui	23.7	7.3	13.0	10.4	32.4	2.8	17.4		13.0	17.3	5.9	4.0	13.0	4.4	16.4	23.1	13.1
Non	42.4	47.3	45.6	37.5	32.4	50.0	47.8	72.0	45.6	43.6	38.2	64.0	45.6	58.8	36.1	35.9	45.2
Ca dépend des circonstances	33.9	45.4	41.4	52.1	35.2	47.2	34.8	28.0	41.4	39.1	55.9	32.0	41.4	36.8	47.5	41.0	41.7
Total	100.0 (59)	100.0 (110)	100.0 (169)	100.0 (48)	100.0 (37)	100.0 (36)	100.0 (23)	100.0 (25)	100.0 (169)	100.0 (110)	100.0 (34)	100.0 (25)	100.0 (169)	100.0 (68)	100.0 (61)	100.0 (39)	100.0 (168)

L'appréciation

ST-FELICIEN

Tableau 16: Quel jugement porteriez-vous sur l'ensemble des émissions que vous avez vues?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Très intéressant	36.0	32.4	33.8	19.6	23.8	42.2	48.3	53.1	33.8	43.7	40.5	15.3	34.4
Passablement intéressant	53.9	52.9	53.3	58.9	65.1	44.5	44.8	40.7	53.3	47.9	49.6	66.1	53.7
Assez peu intéressant	9.0	9.6	9.3	16.1	6.3	11.1	6.9	3.1	9.3	4.2	8.1	13.6	8.7
Très peu intéressant	1.1	5.1	3.6	5.4	4.8	2.2	-	3.1	3.6	4.2	1.8	5.0	3.2
Total	100.0 (89)	100.0 (136)	100.0 (225)	100.0 (56)	100.0 (63)	100.0 (45)	100.0 (29)	100.0 (32)	100.0 (225)	100.0 (48)	100.0 (111)	100.0 (59)	100.0 (218)

NORMANDIN

Tableau 16: Quel jugement porteriez-vous sur l'ensemble des émissions que vous avez vues?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Très intéressant	18.9	23.0	21.6	10.9	31.3	24.1	19.0	28.0	21.6	21.2	16.1	33.3	21.6	22.4	19.3	21.6	21.1
Passablement intéressant	52.8	49.0	50.3	67.4	46.9	55.2	38.1	28.0	50.3	50.0	51.7	50.0	50.3	39.6	61.4	51.3	50.0
Assez peu intéressant	20.8	20.0	20.3	15.2	18.7	13.8	33.4	28.0	20.3	22.1	16.1	16.7	20.3	29.3	10.5	21.7	20.4
Très peu intéressant	7.5	8.0	7.8	6.5	3.1	6.9	9.5	16.0	7.8	6.7	16.1		7.8	8.7	8.8	5.4	7.9
Total	100.0 (53)	100.0 (100)	100.0 (153)	100.0 (46)	100.0 (32)	100.0 (29)	100.0 (21)	100.0 (25)	100.0 (153)	100.0 (104)	100.0 (31)	100.0 (18)	100.0 (153)	100.0 (58)	100.0 (57)	100.0 (37)	100.0 (152)

SI-FELICIEN

Tableau 17: Parmi la liste des sujets suivants, indiquez-en trois qui vous semblent les plus importants comme sujets d'émissions?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Pastorale	4.8	6.4	5.8	1.2	3.5	5.8	9.6	14.1	5.7	16.7	4.8	3.8	7.2
Agriculture et Forêt	3.2	2.2	2.6	1.8	2.3	1.5	4.8	3.3	2.5	3.5	1.7	3.2	2.4
Les drogues	10.9	12.8	12.1	15.7	9.8	11.7	9.6	11.9	12.0	12.6	12.1	9.6	11.6
Assistance Sociale	2.4	2.9	2.7	6.0	2.3	2.9	6.0	1.1	3.7	4.9	1.1	3.9	2.6
Nouvelles	8.0	8.8	8.5	7.2	11.6	6.6	9.6	5.4	8.3	5.6	8.7	8.3	7.9
Chômage	4.0	4.4	4.2	4.8	4.6	3.7	4.8	2.2	4.1	4.9	4.2	3.2	4.1
Affaires Municipales	16.9	15.3	16.0	9.0	16.2	18.3	19.3	18.5	15.5	14.7	16.0	16.0	15.7
La contestation étudiante	1.2	3.4	2.6	6.6	2.3	1.5	-	-	2.6	-	2.5	5.1	2.6

Parmi la liste des sujets suivants, indiquez-en trois qui vous semblent les plus importants comme sujets d'émissions? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Variétés (quiz, sports, musique, etc.)	10.9	11.1	11.0	15.1	11.6	9.5	6.0	6.5	10.6	8.4	12.4	9.0	10.7
Connaissance des organismes du milieu	7.2	7.1	7.2	6.0	7.5	5.8	8.5	9.8	7.2	4.2	5.9	10.9	6.1
Syndicalisme	2.0	0.5	1.1	1.2	1.2	0.7	1.2	1.1	1.1	0.7	1.1	1.3	1.1
Coopérative	-	0.2	0.1	-	1.2	-	-	-	0.3	-	0.3	-	0.2
Les loisirs	8.8	4.7	6.3	11.5	3.5	5.8	2.4	6.5	6.3	2.8	9.3	8.3	7.6
Le travail de la femme	1.6	10.1	6.7	5.5	7.5	8.8	6.0	6.5	6.9	8.4	6.7	4.5	6.6

Parmi la liste des sujets suivants, indiquez-en trois qui vous semblent les plus importants comme sujets d'émissions? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Les affaires scolaires	4.0	4.9	4.6	2.4	5.2	8.6	2.4	1.1	4.3	4.2	4.8	4.5	4.6
Les industries du secteur	13.3	5.1	8.2	6.0	9.2	8.6	8.5	9.8	8.3	8.4	8.1	7.7	8.1
Autres sujets	0.8	-	0.3	-	0.5	-	1.2	2.2	0.6	-	0.3	0.6	0.3
Total	100.0 (249)	100.0 (407)	100.0 (656)	100.0 (166)	100.0 (173)	100.0 (137)	100.0 (83)	100.0 (92)	100.0 (651)	100.0 (143)	100.0 (356)	100.0 (156)	100.0 (655)

NORMANDIN

Tableau 17: Parmi la liste des sujets suivants, indiquez-en trois qui vous semblent les plus importants, comme sujets d'émissions?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Pastorale	5.7	7.5	6.9	0.7	4.5	8.3	7.3	17.8	6.9	7.1	3.9	9.9	6.9	8.7	6.0	5.3	6.9
Agriculture et Forêt	8.9	3.3	5.2	7.2	4.5	1.8	6.1	6.7	5.2	5.8	5.8	1.4	5.2	3.6	5.0	8.3	5.3
Les drogues	7.3	15.7	12.8	12.8	9.8	14.7	17.1	11.1	12.8	11.8	18.4	14.1	12.8	17.8	12.1	6.0	12.7
Assistance Sociale	3.6	4.1	4.0	3.5	2.3	2.7	8.5	4.4	4.0	4.0	1.9	2.8	4.0	4.6	2.5	4.5	3.2
Nouvelles	7.3	11.0	9.7	7.8	9.1	11.9	8.5	12.2	9.7	9.2	7.8	15.5	9.7	12.3	9.0	6.0	9.6
Chômage	4.7	2.6	3.2	3.5	3.8	2.7	4.9	1.1	3.2	2.9	3.9	4.2	3.2	4.1	2.0	3.8	3.3
Affaires Municipales	14.1	7.2	9.6	7.2	12.9	9.2	7.3	11.1	9.6	11.8	5.8	2.8	9.6	7.8	11.1	10.5	9.6
La contestation étudiante	1.0	2.5	2.0	2.8	1.5	3.7		1.1	2.0	1.8	1.0	4.2	2.0	1.4	4.1	0.0	2.0

Parmi la liste des sujets suivants, indiquez-en trois qui vous semblent les plus importants, comme sujets d'émissions? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Variétés (quiz, sports, musique, etc.)	7.8	13.0	11.2	17.7	10.6	10.1	7.3	6.7	11.2	10.0	13.6	14.1	11.2	9.6	12.1	12.0	11.1
Connaissance des organismes du milieu	5.7	5.2	5.4	3.5	6.8	5.5	6.1	5.6	5.4	6.1	4.8	2.8	5.4	3.6	5.5	8.3	5.9
Syndicalisme	3.6	1.4	2.2	2.8	0.9	2.7	3.7	1.1	2.2	2.6	1.9		2.2	2.7	1.5	2.2	2.2
Coopérative	2.6	0.6	1.3	0.7	2.3	0.9	1.2	1.1	1.3	1.6	1.0		1.3	0.5	2.0	1.5	1.3
Les loisirs	4.7	5.5	5.2	5.7	8.3	4.7	3.7	2.2	5.2	4.5	6.8	7.0	5.2	3.6	7.0	5.3	5.3
Le travail de la femme	2.2	6.1	4.7	6.4	4.5	3.7	2.5	5.6	4.7	4.2	5.9	8.5	4.7	5.6	3.5	5.3	4.7
Les affaires scolaires	7.8	7.2	7.4	9.2	7.6	7.3	7.3	4.4	7.4	7.6	7.8	5.6	7.4	5.0	8.0	10.5	7.9

Parmi la liste des sujets suivants, indiquez-en trois qui vous semblent les plus importants, comme sujets d'émissions? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Les industries du secteur	12.0	6.9	8.7	7.8	10.6	9.2	7.3	7.8	8.7	8.2	11.7	7.1	8.7	9.1	8.0	9.0	8.7
Autres sujets	1.0	0.2	0.5	0.7		0.9	1.2		0.5	0.8			0.5	0.0	0.5	1.5	0.5
Total	100.0 (192)	100.0 (362)	100.0 (554)	100.0 (141)	100.0 (132)	100.0 (109)	100.0 (82)	100.0 (90)	100.0 (554)	100.0 (380)	100.0 (103)	100.0 (71)	100.0 (554)	100.0 (219)	100.0 (199)	100.0 (133)	100.0 (550)

ST-FELICIEN

Tableau 18: Il m'est arrivé d'avoir de la difficulté à comprendre le sens des mots utilisés par certaines personnes qui parlaient à la télévision communautaire:

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Complètement d'accord	12.0	9.5	10.4	13.0	7.7	8.6	11.5	12.5	10.4	16.7	11.8	4.1	10.7
Assez d'accord	17.3	18.1	17.8	14.8	13.5	20.0	26.9	16.7	17.3	25.0	16.7	12.2	17.1
Complètement en désaccord	32.0	32.8	32.5	29.6	38.4	31.4	26.9	33.3	32.5	19.4	31.4	46.9	33.2
Assez en désaccord	20.0	15.5	17.3	22.2	15.4	17.1	23.2	4.2	17.3	13.9	17.6	18.4	17.1
Je ne suis pas certain(e) de mon opinion	18.7	24.1	22.0	20.4	25.0	22.9	11.5	33.3	22.5	25.0	22.5	18.4	21.9
Total	100.0 (75)	100.0 (116)	100.0 (191)	100.0 (54)	100.0 (52)	100.0 (35)	100.0 (26)	100.0 (24)	100.0 (191)	100.0 (36)	100.0 (102)	100.0 (49)	100.0 (187)

NORMANDIN

Tableau 18: Il m'est arrivé d'avoir de la difficulté à comprendre le sens des mots utilisés par certaines personnes qui parlaient à la télévision communautaire:

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Complètement d'accord	9.3	19.8	15.7	14.3	9.1	14.3	16.6	31.6	15.7	14.6	16.0	21.1	15.7	19.2	13.2	14.7	15.8
Assez d'accord	14.8	13.9	14.3	11.9	12.1	10.7	22.2	21.1	14.3	15.6	12.0	10.5	14.3	19.2	15.1	5.9	14.4
Complètement en désaccord	51.9	37.2	42.9	50.0	51.5	50.0	27.8	15.8	42.9	45.8	40.0	31.6	42.9	32.7	39.6	64.7	43.2
Assez en désaccord	18.5	16.3	17.1	14.3	18.2	10.7	27.8	21.1	17.1	18.8	20.0	5.2	17.1	11.5	24.5	11.8	16.5
Je ne suis pas certain(e) de mon opinion	5.5	12.8	10.0	9.5	9.1	14.3	5.6	10.4	10.0	5.2	12.0	31.6	10.0	17.4	7.6	2.9	10.1
Total	100.0 (54)	100.0 (86)	100.0 (140)	100.0 (42)	100.0 (33)	100.0 (28)	100.0 (18)	100.0 (19)	100.0 (140)	100.0 (96)	100.0 (25)	100.0 (19)	100.0 (140)	100.0 (52)	100.0 (53)	100.0 (34)	100.0 (139)

ST-FELICIEN Tableau 19: La télévision communautaire n'a pas vraiment d'utilité; les gens se rencontrent assez; ils sont au courant de ce qui se passe et les communications entre les villages sont bonnes:

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Complètement d'accord	14.2	4.5	8.1	7.5	7.1	5.0	14.2	9.6	8.1	16.6	7.3	3.8	8.3
Assez d'accord	14.2	11.3	12.4	13.2	10.7	10.0	7.1	19.3	12.0	14.2	9.1	15.3	11.8
Complètement en désaccord	45.4	36.3	39.7	28.2	44.6	42.5	46.4	41.9	39.8	40.4	38.5	44.2	40.3
Assez en désaccord	18.1	25.7	22.9	28.2	19.6	25.0	24.9	12.5	22.5	9.5	26.6	24.9	22.6
Je ne suis pas certain(e) de mon opinion	7.7	21.9	16.7	22.6	17.8	15.0	7.1	16.1	16.8	19.0	18.3	11.5	16.7
Total	100.0 (77)	100.0 (132)	100.0 (209)	100.0 (53)	100.0 (56)	100.0 (40)	100.0 (28)	100.0 (51)	100.0 (208)	100.0 (42)	100.0 (109)	100.0 (52)	100.0 (203)

NORMANDIN

Tableau 19: La télévision communautaire n'a pas vraiment d'utilité; les gens se rencontrent assez; ils sont au courant de ce qui se passe et les communications entre les villages sont bonnes.:

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Complètement d'accord	11.5	11.9	11.8	6.4	10.0	13.2	8.7	[illegible]	11.8	10.6	12.5	16.0	11.8	16.9	7.9	9.8	11.8
Assez d'accord	14.8	20.2	18.2	21.3	12.5	21.0	13.0	[illegible]	18.2	19.5	18.8	12.0	18.2	16.9	20.6	17.1	18.[illegible]
Complètement en désaccord	21.3	25.7	24.1	25.5	32.5	21.0	17.4	18.2	24.1	23.0	28.1	24.0	24.1	21.5	25.4	26.8	24.[illegible]
Assez en désaccord	37.7	22.0	27.6	25.5	35.0	21.0	43.5	13.6	27.6	31.0	15.6	24.0	27.6	18.5	30.2	36.5	27.[illegible]
Je ne suis pas certain(e) de mon opinion	14.7	20.2	18.3	21.3	10.0	23.8	17.4	18.2	18.3	15.9	25.0	24.0	18.3	26.2	15.9	9.8	18.[illegible]
Total	100.0 (61)	100.0 (109)	100.0 (170)	100.0 (47)	100.0 (40)	100.0 (38)	100.0 (23)	100.0 (22)	100.0 (170)	100.0 (113)	100.0 (32)	100.0 (25)	100.0 (170)	100.0 (65)	100.0 (63)	100.0 (41)	100.0 (169)

ST-FELICIEN **Tableau 20:** Voteriez-vous officiellement pour ou contre que la télévision communautaire se continue?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Pour	84.0	68.9	74.6	66.7	74.1	76.2	81.5	80.6	74.5	77.8	75.0	72.6	75.0
Contre	-	1.5	1.0	1.8	1.7	-	-	-	1.0	2.2	0.9	-	1.0
Pour, à certaines conditions	8.6	16.7	13.6	18.5	12.1	11.9	14.8	9.7	13.7	11.1	11.6	19.6	13.5
Incertain	7.4	12.9	10.8	13.0	12.1	11.9	3.7	9.7	10.8	8.9	12.5	7.8	10.5
Total	100.0 (81)	100.0 (132)	100.0 (213)	100.0 (54)	100.0 (58)	100.0 (42)	100.0 (27)	100.0 (31)	100.0 (212)	100.0 (45)	100.0 (112)	100.0 (51)	100.0 (208)

NORMANDIN

Tableau 20: Voteriez-vous officiellement pour ou contre que la télévision communautaire se continue?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Pour	41.7	42.6	42.3	52.1	46.1	28.9	45.4	35.7	42.3	43.8	38.9	40.0	42.3	41.2	42.8	41.9	41.9
Contre	6.7	5.2	5.7	4.2	5.2			21.4	5.7	7.0	5.5		5.7	5.9	1.6	11.6	5.7
Pour, à certaines conditions	36.6	22.6	27.4	29.2	28.2	28.9	31.8	17.9	27.4	29.8	25.0	20.0	27.4	20.6	25.4	41.9	27.4
Incertain	15.0	29.6	24.6	14.5	20.5	42.2	22.8	25.0	24.6	19.4	30.6	40.0	24.6	32.3	30.2	4.6	24.8
Total	100.0 (60)	100.0 (115)	100.0 (175)	100.0 (48)	100.0 (39)	100.0 (38)	100.0 (22)	100.0 (28)	100.0 (175)	100.0 (114)	100.0 (56)	100.0 (25)	100.0 (175)	100.0 (68)	100.0 (63)	100.0 (43)	100.0 (174)

L'impact de la TVC

ST-FELICIEN

Tableau 21: Ce qui était dit à la télévision commmunautaire ajoutait généralement peu de chose à ce que je savais déjà:

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Complètement d'accord	11.8	10.2	10.8	12.1	9.6	16.2	4.8	8.0	10.9	12.8	10.2	11.8	11.2
Assez d'accord	27.6	28.0	27.8	37.9	32.7	13.5	28.6	12.0	27.5	15.4	22.4	47.1	27.7
Complètement en désaccord	11.8	14.4	13.4	1.7	13.5	24.3	23.8	16.0	13.5	12.8	18.4	5.9	13.8
Assez en désaccord	25.0	16.9	20.1	24.1	19.2	16.2	19.0	20.0	20.2	17.9	22.4	15.7	19.7
Je ne suis pas certain(e) de mon opinion	23.7	30.5	27.8	24.1	25.0	29.7	23.8	44.0	28.0	41.0	26.5	19.6	27.7
Total	100.0 (76)	100.0 (118)	100.0 (194)	100.0 (58)	100.0 (52)	100.0 (37)	100.0 (21)	100.0 (25)	100.0 (193)	100.0 (39)	100.0 (98)	100.0 (51)	100.0 (188)

NORMANDIN

Tableau: 21 Ce qui était dit à la télévision communautaire ajoutait généralement peu de chose à ce que je savais déjà:

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Complètement d'accord	27.0	20.4	22.9	25.6	19.4	14.8	28.6	26.3	22.9	24.7	25.0	10.5	22.9	12.5	27.1	35.3	23.2
Assez d'accord	19.2	28.4	25.0	30.2	22.6	25.9	14.3	26.3	25.0	29.0	17.9	15.8	25.0	19.6	31.2	26.5	25.4
Complètement en désaccord	13.5	9.2	10.7	14.0	12.9	7.5	4.8	10.5	10.7	10.8	10.7	10.5	10.7	10.7	8.3	14.7	10.9
Assez en désaccord	23.0	12.5	16.4	18.6	22.6	14.8	23.7		16.4	15.1	14.3	26.3	16.4	12.5	16.7	20.6	15.9
Je ne suis pas certain(e) de mon opinion	17.3	29.5	25.0	11.6	22.5	37.0	28.6	36.9	25.0	20.4	32.1	36.9	25.0	44.7	16.7	2.9	24.6
Total	100.0 (52)	100.0 (88)	100.0 (140)	100.0 (43)	100.0 (31)	100.0 (27)	100.0 (22)	100.0 (19)	100.0 (140)	100.0 (93)	100.0 (28)	100.0 (19)	100.0 (140)	100.0 (56)	100.0 (48)	100.0 (34)	100.0 (138)

ST-FELICIEN **Tableau 22:** La télévision communautaire n'a pas beaucoup touché à nos vrais problèmes:

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Complètement d'accord	16.0	18.6	17.6	22.4	9.4	17.6	20.0	21.7	17.6	28.6	14.6	17.6	18.0
Assez d'accord	21.3	18.6	19.7	17.2	24.5	11.8	20.0	21.7	19.2	22.9	18.4	19.6	19.6
Complètement en désaccord	14.7	6.8	9.8	12.1	11.3	5.9	20.0	4.3	10.9	8.5	10.7	9.8	10.1
Assez en désaccord	16.0	14.4	15.0	17.2	11.3	20.6	8.0	13.1	14.5	11.4	15.5	13.7	14.3
Je ne suis pas certain(e) de mon opinion	32.0	41.5	37.8	31.0	43.4	44.1	32.0	39.1	37.8	28.6	40.8	39.2	38.0
Total	100.0 (75)	100.0 (118)	100.0 (193)	100.0 (58)	100.0 (53)	100.0 (34)	100.0 (25)	100.0 (23)	100.0 (193)	100.0 (35)	100.0 (103)	100.0 (51)	100.0 (189)

NORMANDIN

Tableau 22: La télévision communautaire n'a pas beaucoup touché à nos vrais problèmes:

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Complètement d'accord	22.4	13.5	16.7	14.3	24.1	7.2	21.0	25.0	16.7	17.0	28.0	5.3	16.7	16.7	18.8	17.1	17.5
Assez d'accord	22.4	31.5	28.2	38.1	17.3	21.4	42.1	15.0	28.2	28.7	20.0	31.5	28.2	24.1	33.3	25.7	27.7
Complètement en désaccord	4.1	10.1	8.0	9.5	10.3	7.2		10.0	8.0	7.5	12.0	5.3	8.0	3.7	4.2	20.0	8.0
Assez en désaccord	20.4	10.1	13.8	11.9	3.4	21.4	10.5	25.0	13.8	14.9	8.0	15.8	13.8	18.5	8.3	14.3	13.8
Je ne suis pas certain(e) de mon opinion	30.7	34.8	33.3	26.2	44.9	42.8	26.4	25.0	33.3	31.9	32.0	42.1	33.3	37.0	35.4	22.9	33.3
Total	100.0 (49)	100.0 (89)	100.0 (138)	100.0 (42)	100.0 (29)	100.0 (28)	100.0 (19)	100.0 (20)	100.0 (138)	100.0 (94)	100.0 (25)	100.0 (19)	100.0 (138)	100.0 (54)	100.0 (48)	100.0 (35)	100.0 (137)

L'image de la TVC

ST-FELICIEN Tableau 23: Quelle est l'idée que vous vous faites surtout de la télévision communautaire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
C'est une affaire scolaire	2.5	1.7	2.0	2.0	3.7	2.6	10.3	-	3.4	2.3	1.9	2.0	2.0
C'est une affaire de l'Office National du film (O.N.F.)	3.7	0.8	2.0	2.0	-	2.6	3.5	3.3	2.0	4.5	1.9	-	2.0
C'est une affaire d'un GANG ou d'un groupe fermé	4.9	9.1	7.4	15.4	3.7	2.6	6.9	6.7	7.3	9.1	2.9	16.0	7.6
C'est une affaire qui appartient aux gens de St-Félicien	88.9	84.3	86.1	75.0	92.6	92.3	72.4	90.0	84.8	81.8	92.3	76.0	85.9

Quelle est l'idée que vous vous faites surtout de la télévision communautaire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Autre	-	4.1	2.5	5.6	-	-	6.9	-	2.5	2.3	1.0	6.0	2.5
Total.	100.0 (81)	100.0 (121)	100.0 (202)	100.0 (52)	100.0 (54)	100.0 (39)	100.0 (29)	100.0 (30)	100.0 (204)	100.0 (44)	100.0 (104)	100.0 (50)	100.0 (198)

NORMANDIN

Tableau 23: Quelle est l'idée que vous vous faites surtout de la télévision communautaire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
C'est une affaire scolaire	7.6	9.5	8.8	2.0	15.0	5.6	8.7	15.6	8.8	9.6	9.1	4.2	8.8	9.9	6.3	10.6	8.8
C'est une affaire de l'Office National du Film (O.N.F.)	7.6	7.8	7.7	13.7	2.5	11.1	4.3	3.1	7.7	8.8	3.0	8.3	7.7	5.6	7.9	10.6	7.7
C'est une affaire d'un [illegible] ou d'un groupe fermé	18.2	6.0	10.4	9.8	7.5	5.6		28.1	10.4	13.6	6.1		10.4	8.5	11.2	10.6	9.9
C'est une affaire qui appartient aux gens de [illegible], autrement dit, pour eux, pour eux	10.6	12.1	11.5	11.8	7.5	19.4	4.3	12.5	11.5	9.6	18.2	12.5	11.5	15.5	12.7	4.3	11.6

Quelle est l'idée que vous vous faites surtout de la télévision communautaire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
C'est une affaire qui appartient aux gens du milieu, contrôlée par eux, pour eux	54.5	55.2	54.9	58.8	62.5	50.0	78.4	28.2	54.9	52.0	60.6	62.5	54.9	54.9	55.6	55.3	55.2
Autre	2.5	9.4	6.7	3.9	5.0	8.3	4.3	12.5	6.7	6.4	3.0	12.5	6.7	5.6	6.3	8.6	6.4
Total	100.0 (66)	100.0 (116)	100.0 (182)	100.0 (51)	100.0 (40)	100.0 (36)	100.0 (23)	100.0 (32)	100.0 (182)	100.0 (125)	100.0 (33)	100.0 (24)	100.0 (182)	100.0 (71)	100.0 (63)	100.0 (47)	100.0 (181)

ST-FELICIEN

Tableau 24: Laquelle des quatre affirmations suivantes correspond le plus à ce que voulaient faire les responsables de la télévision communautaire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Un moyen de donner des cours de tous les genres à la population	5.5	3.6	4.4	3.6	1.9	4.3	5.9	10.7	4.6	8.3	4.1	1.9	4.5
Pour ajouter un poste local de télévision aux deux autres canaux qui existent déjà	4.4	4.4	4.4	3.6	5.6	2.2	5.9	3.6	4.1	8.3	5.0	-	4.5
Pour installer un poste spécialisé dans les informations sur la ville de St-Félicien	26.7	24.8	25.6	30.4	16.6	19.6	29.4	42.8	26.2	29.2	28.1	15.4	25.3

Laquelle des quatre affirmations suivantes correspond le plus à ce que voulaient faire les responsables de la télévision communautaire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Un moyen d'expression qui permet à la population de discuter ses problèmes de façon à pouvoir les résoudre	51.1	49.7	50.2	48.1	61.0	56.5	47.0	39.3	51.8	41.7	47.1	67.3	50.7
Pour faire une expérience	11.1	14.6	13.2	10.7	13.0	15.2	11.8	3.6	11.5	8.3	14.0	13.5	12.7
Pour une autre raison	1.1	2.9	2.2	3.6	1.9	2.2	-		1.8	4.2	1.7	1.9	2.3
Total	100.0 (90)	100.0 (137)	100.0 (227)	100.0 (56)	100.0 (54)	100.0 (46)	100.0 (34)	100.0 (28)	100.0 (218)	100.0 (48)	100.0 (121)	100.0 (52)	100.0 (221)

NORMANDIN

Tableau 24: Laquelle des quatre affirmations suivantes correspond le plus à ce que voulaient faire les responsables de la télévision communautaire?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Un moyen de donner des cours de tous genres à la population	1.5	3.9	3.1	2.0			11.8	3.1	3.1	4.3			3.1	4.7	1.5	2.3	3.1
Pour ajouter un poste local de télévision aux deux autres canaux qui existent déjà		3.9	2.5			2.6	2.9	9.4	2.5	2.9	2.9		4.0	4.7	1.5		2.6
Pour installer un poste spécialisé dans les informations sur le secteur	10.4	15.5	13.8	21.6		12.8	17.6	15.6	13.8	10.9	20.0	21.7	13.8	15.5	10.4	15.9	13.8

Laquelle des quatre affirmations suivantes correspond le plus à ce que voulaient faire les responsables de la télévision communautaire? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Un moyen d'expression qui permet à la population de discuter ses problèmes de façon à pouvoir les résoudre	47.8	43.4	44.9	41.2	62.5	48.7	44.2	25.0	44.9	45.7	45.7	39.1	44.9	35.7	49.3	56.8	45.1
Pour faire une expérience	40.3	31.0	34.2	31.3	37.5	35.9	23.5	43.8	34.2	34.8	31.4	34.8	34.2	38.1	34.4	25.0	33.8
Pour une autre raison		2.3	1.5	3.9				3.1	1.5	1.4		4.4		1.3	2.9		1.6
Total	100.0 (67)	100.0 (129)	100.0 (196)	100.0 (51)	100.0 (40)	100.0 (39)	100.0 (34)	100.0 (32)	100.0 (196)	100.0 (138)	100.0 (35)	100.0 (23)	100.0 (196)	100.0 (84)	100.0 (67)	100.0 (44)	100.0 (195)

L'orientation future de la TVC

ST-FELICIEN

Tableau 25: Sur lequel des aspects suivants la télévision communautaire devrait le plus insister à l'avenir?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Cours divers	7.1	8.3	7.9	4.7	4.5	12.7	7.3	11.1	7.6	7.9	8.9	5.1	7.8
Information (renseignements sur les activités du milieu, conseils pratiques)	18.4	17.3	17.7	17.2	17.9	9.1	24.4	25.0	17.9	19.0	12.6	30.5	18.3
Un moyen d'expression qui permet à tout le monde de discuter de leurs problèmes	8.2	6.0	6.8	4.7	6.0	3.6	9.7	13.9	6.8	12.7	5.2	5.1	7.0
Divertissements (films, variétés, quizz, sports)	35.7	25.0	28.9	42.2	34.3	25.4	17.1	11.1	28.5	27.0	30.4	23.7	28.0

Sur lequel des aspects suivants la télévision communautaire devrait le plus insister à l'avenir? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Discuter sur quelques-uns des problèmes du milieu. (loisirs, chômage, regroupement scolaire, municipal, etc.)	19.4	31.5	27.1	17.2	22.4	41.9	31.8	27.8	27.4	23.9	28.9	28.8	27.6
Sur un autre aspect	2.0	1.2	1.5	3.1	1.5	1.8	-	-	1.5	-	2.2	1.7	1.6
Je n'ai pas d'idées particulières là-dessus	9.2	10.7	10.1	10.9	13.4	5.5	9.7	11.1	10.3	9.5	11.8	5.1	9.7
Total	100.0 (98)	100.0 (168)	100.0 (266)	100.0 (64)	100.0 (67)	100.0 (55)	100.0 (41)	100.0 (36)	100.0 (263)	100.0 (63)	100.0 (135)	100.0 (59)	100.0 (257)

NORMANDIN

Tableau 25: Sur lequel des aspects suivants la télévision communautaire devrait le plus insister l'an prochain?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Cours divers	7.0	9.9	8.9	7.3	10.7	6.8	11.4	7.9	8.9	10.4	7.3	3.0	8.9	9.1	8.6	8.9	8.9
Information (renseignements sur les activités du milieu, conseils pratiques)	17.6	8.5	11.8	9.2	12	9.1	15.9	13.1	11.8	12.9	7.3	12.1	11.8	10.1	7.4	21.4	11.8
Un moyen d'expression qui permet à tout le monde de discuter de leurs problèmes	11.8	5.9	8.0		14.3	9.1	11.4	5.3	8.0	9.8	4.9	3.0	8.0	6.0	8.6	10.7	8.0
Divertissements (films, variétés, quiz, sports).	21.2	30.3	27.0	50.9	17.8	25.0	22.7	13.1	27.0	26.4	31.7	24.2	27.0	26.3	28.5	25.0	26.7

Sur lequel des aspects suivants la télévision communautaire devrait le plus insister l'an prochain? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Discuter sur quelques-uns des problèmes du milieu, (loisirs, chômage, regroupement scolaire, municipal, etc.)	21.2	19.1	19.8	14.5	23.3	15.9	22.7	23.8	19.8	20.8	17.1	18.3	19.8	17.2	21.0	23.2	19.9
Sur un autre aspect	1.2	2.0	1.7	3.6	3.6	-			1.7	2.5			1.7	0.0	2.5	3.7	1.8
Je n'ai pas d'idées particulières là-dessus	20.0	24.3	22.8	14.5	17.8	34.1	15.9	36.8	22.8	17.2	31.7	39.4	22.8	31.3	23.4	7.1	22.9
Total	100.0 (85)	100.0 (152)	100.0 (237)	100.0 (55)	100.0 (56)	100.0 (44)	100.0 (44)	100.0 (38)	100.0 (237)	100.0 (165)	100.0 (41)	100.0 (33)	100.0 (237)	100.0 (99)	100.0 (81)	100.0 (56)	100.0 (236)

ST-FELICIEN Tableau 26: Si vous pensez que la télévision communautaire devrait faire beaucoup de changements dans son fonctionnement, sur lequel des points suivants ces changements devraient surtout porter?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
De nouveaux responsables de la télévision communautaire	1.3	0.79	0.99	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	0.46	0.0	2.0	4.0	2.0
Un meilleur choix des sujets	17.1	10.3	12.9	15.0	13.2	7.7	14.8	5.3	10.6	31.9	1.0	8.0	12.2
Une meilleure préparation des émissions	22.4	19.8	20.8	30.0	26.4	10.3	14.8	7.9	18.4	12.8	25.0	24.0	21.8
Une meilleur qualité technique des émissions	19.7	27.0	24.3	31.7	18.9	20.5	7.0	55.3	28.0	23.4	27.0	22.0	24.9

Si vous pensez que la télévision communautaire devrait faire beaucoup de changements dans son fonctionnement, sur lequel des points suivants ces changements devraient surtout porter? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Des échanges plus nombreux entre les responsables de la télévision communautaire	14.5	8.7	10.9	8.3	9.4	17.9	18.5	5.3	10.1	17.0	15.0	10.0	14.2
Sur un autre point que les précédents	0.0	0.0	0.0	0.0	3.8	0.0	3.7	7.8	2.3	0.0	1.0	4.0	1.5
Cette question ne s'applique pas à moi, je trouve la situation actuelle assez bonne	25.0	33.3	30.2	15.0	28.3	41.0	40.7	18.4	26.7	36.2	29.0	28.0	30.5
Total	100.0 (76)	100.0 (126)	100.0 (205)	100.0 (60)	100.0 (53)	100.0 (39)	100.0 (27)	100.0 (38)	100.0 (217)	100.0 (47)	100.0 (100)	100.0 (50)	100.0 (197)

NORMANDIN

Tableau 26: Si vous pensez que la télévision communautaire devrait faire beaucoup de changements dans son fonctionnement, sur lequel des points suivants ces changements devraient surtout porter?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
De nouveaux responsables de la télévision communautaire		0.8	0.5			2.5			0.5	0.7			0.5	1.2	0.0	0.0	0.5
Une diffusion à la grandeur du secteur de Normandin	23.2	11.5	15.5	9.0	21.5	15.0	19.4	16.1	15.5	15.4	22.6	8.0	15.5	11.8	13.0	27.3	15.7
Un meilleur choix des sujets	10.1	14.6	13.0	25.5	4.8	12.5	9.7	6.4	13.0	14.0	12.9	8.0	13.0	12.9	13.0	13.6	13.1
Une meilleure préparation des émissions	17.4	19.2	18.8	25.5	16.7	15.0	12.9	19.4	18.8	18.9	22.6	12.0	18.8	17.6	18.9	18.2	18.2
Une meilleure qualité technique des émissions	23.2	23.9	23.0	25.5	26.1	22.5	22.6	19.4	23.6	22.4	19.3	36.0	23.6	21.2	27.6	22.7	23.7

Si vous pensez que la ? sion communautaire devrait faire beaucoup de changements dans son fonctionnement, sur lequel des points suivants ces changements devraient surtout porter? (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Des échanges plus nombreux entre les responsables de la télévision communautaire et la population	5.8	5.4	5.5	3.6	4.8	5.0	6.4	9.7	5.5	5.5	9.7		5.5	4.7	8.7	2.3	5.6
Sur un autre point que les précédents		0.8	0.5	1.9					0.5	0.7			0.5		1.4		0.5
Cette question ne s'applique pas à moi, car je crois la situation actuelle assez bonne	20.3	23.8	22.6	9.0	26.1	27.5	29.0	29.0	22.6	22.4	12.9	36.0	22.6	30.6	17.4	15.9	22.7
Total	100.0 (69)	100.0 (130)	100.0 (199)	100.0 (55)	100.0 (42)	100.0 (40)	100.0 (31)	100.0 (31)	100.0 (199)	100.0 (143)	100.0 (31)	100.0 (25)	100.0 (199)	100.0 (85)	100.0 (69)	100.0 (44)	100.0 (198)

ST-FELICIEN Tableau 27: a) Croyez-vous qu'il serait bon que certaines des émissions soient diffusées dans une salle publique une fois par semaine; ce qui permettrait à ceux qui sont intéressés de regarder l'émission ensemble et de discuter.

b) Y viendrez-vous personnellement?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
A) Oui	42.1	26.0	31.8	27.3	26.3	42.5	30.8	39.3	32.0	41.9	30.6	42.2	36.3
Non	6.6	7.6	7.2	12.7	5.3	5.0	7.7	-	6.8	2.3	11.1	4.7	7.4
Peut-être	51.3	66.4	61.0	60.0	68.4	52.5	61.5	60.7	61.2	55.8	58.3	53.1	56.3
Total	100.0 (76)	100.0 (131)	100.0 (207)	100.0 (55)	100.0 (57)	100.0 (40)	100.0 (26)	100.0 (28)	100.0 (206)	100.0 (43)	100.0 (108)	100.0 (64)	100.0 (215)
B) Oui	25.0	24.2	24.4	16.7	18.2	31.6	29.2	34.6	23.9	35.2	23.8	20.4	25.1
NNon	9.7	16.9	14.2	16.7	10.9	7.9	20.8	19.2	14.2	16.2	11.4	16.3	13.6
Incertain	65.3	58.9	61.4	66.6	70.9	60.5	50.0	46.2	61.9	48.6	64.8	63.3	61.3
Total	100.0 (72)	100.0 (124)	100.0 (196)	100.0 (54)	100.0 (55)	100.0 (38)	100.0 (24)	100.0 (26)	100.0 (197)	100.0 (37)	100.0 (105)	100.0 (49)	100.0 (191)

NORMANDIN

Tableau 27: a) Croyez-vous qu'il serait bon que certaines des émissions soient diffusées dans une salle publique une fois par semaine; ce qui permettrait à ceux qui sont intéressés de regarder l'émission ensemble et de discuter.

b) Y viendrez-vous personnellement?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
A) Oui	30.6	19.7	23.5	24.0	22.5	23.7	24.0	23.1	23.5	28.6	11.8	15.4	23.5	16.4	29.0	27.3	23.2
Non	22.6	22.2	22.3	18.0	15.0	18.4	28.0	42.3	22.3	23.5	23.5	15.4	22.3	19.2	21.0	29.5	22..
Peut-être	46.8	58.1	54.2	58.0	62.5	57.9	48.0	34.6	54.2	47.9	64.7	69.2	54.2	64.4	50.0	43.2	54.3
Total	100.0 (82)	100.0 (117)	100.0 (179)	100.0 (50)	100.0 (40)	100.0 (38)	100.0 (25)	100.0 (26)	100.0 (. 9)	100.0 (119)	100.0 (34)	100.0 (26)	100.0 (179)	100.0 (73)	100.0 (62)	100.0 (44)	100.0 (179)
B) Oui	16.7	13.4	14.5	6.4	20.0	23.5	13.6	10.7	14.6	16.2	5.4	26.1	15.2	17.3	10.7	17.9	15.
Non	35.0	25.0	28.5	27.7	27.5	14.7	31.8	46.4	28.7	31.5	24.3	17.4	28.1	22.7	28.6	38.5	28.3
Incertain	48.3	61.6	57.0	65.9	52.5	61.8	54.6	42.9	56.7	52.3	70.3	56.5	56.7	60.0	60.7	43.6	56.5
Total	100.0 (60)	100.0 (112)	100.0 (172)	100.0 (47)	100.0 (40)	100.0 (34)	100.0 (22)	100.0 (28)	100.0 (171)	100.0 (111)	100.0 (37)	100.0 (23)	100.0 (171)	100.0 (75)	100.0 (56)	100.0 (39)	100.0 (170)

ST-FELICIEN Tableau 28: Laquelle des opinions suivantes décrit le mieux, selon vous, la situation actuelle de votre secteur?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
La ville se développe avec rapidité	-	1.5	0.9	-	-	-	-	6.9	1.0	2.3	-	-	0.5
La ville se développe à une vitesse normale	27.3	23.1	24.6	25.0	35.1	20.9	20.7	13.8	24.8	18.6	23.6	32.0	24.6
La ville se développe avec difficulté	57.1	54.5	55.5	53.8	52.6	60.5	65.5	44.8	55.2	53.5	59.1	54.0	56.7
La ville est en retard par comparaison avec le reste de la région	15.6	20.9	19.0	21.2	12.3	18.6	13.8	34.5	19.0	25.6	17.3	14.0	18.2
Total	100.0 (77)	100.0 (134)	100.0 (211)	100.0 (52)	100.0 (57)	100.0 (43)	100.0 (29)	100.0 (29)	100.0 (210)	100.0 (43)	100.0 (110)	100.0 (50)	100.0 (203)

NORMANDIN

Tableau 28: Laquelle des opinions suivantes décrit le mieux, selon vous, la situation actuelle de votre secteur?

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Le secteur se développe avec rapidité	4.8	4.7	4.7	6.1	5.3	5.6	4.2		4.7	5.4	13.3		4.7	3.1	3.2	9.3	4.7
Le secteur se développe à une vitesse normale	25.4	58.9	46.5	53.1	47.4	44.4	45.8	34.8	46.5	39.7	43.3	83.4	46.5	54.7	48.4	30.2	46.2
Le secteur se développe avec difficulté	53.9	24.3	35.5	28.6	28.9	47.2	29.2	47.8	35.5	43.1	26.7	8.3	35.5	26.6	33.9	51.2	35.5
Le secteur est en retard par comparaison avec le reste de la région	15.9	12.1	13.5	12.2	18.4	2.8	20.8	17.4	13.5	13.8	16.7	8.3	13.5	15.6	14.5	9.3	13.6
Total	100.0 (63)	100.0 (107)	100.0 (170)	100.0 (49)	100.0 (38)	100.0 (36)	100.0 (24)	100.0 (23)	100.0 (170)	100.0 (116)	100.0 (30)	100.0 (24)	100.0 (170)	100.0 (64)	100.0 (62)	100.0 (43)	100.0 (169)

ST-FELICIEN Tableau 29: Parmi les problèmes suivants, indiquez les 3 qui vous paraissent le plus menacés l'avenir de votre milieu.

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Le départ définitif des jeunes	12.0	18.7	16.1	14.1	18.9	13.3	13.3	21.9	16.2	16.0	14.7	21.8	16.7
L'assistance sociale	13.3	15.7	14.8	9.0	13.3	14.1	14.7	14.6	12.7	11.2	14.0	12.3	13.0
La pollution des eaux	5.3	3.2	4.0	7.1	2.8	2.3	2.7	4.2	4.0	1.6	5.1	3.6	4.0
Le chômage	20.5	18.9	19.5	20.4	21.6	18.7	18.7	14.6	19.3	17.6	19.2	20.3	19.1
Le manque de loisirs	8.9	10.0	9.6	12.2	7.0	10.1	9.3	8.3	9.5	9.6	10.5	7.2	9.6
La baisse de l'agriculture	4.0	3.5	3.7	5.8	2.8	3.1	5.3	5.2	4.3	4.8	2.9	5.1	3.8
L'avenir incertain de l'industrie forestière	16.9	11.6	13.6	12.8	17.5	13.3	12.0	10.4	13.6	14.4	12.3	9.4	14.2

Parmi les problèmes suivants, indiquez les 3 qui vous paraissent le plus menacés l'avenir de votre milieu. (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
L'incompétence des politiciens	2.7	1.6	2.0	1.3	2.8	4.7	-	-	2.0	2.4	1.9	2.2	2.1
L'esprit de clocher	7.1	4.3	5.4	5.1	4.9	3.9	6.7	5.2	5.0	4.0	4.2	8.7	5.2
La baisse de la natalité	2.2	2.2	2.2	2.6	1.4	0.8	4.0	3.1	2.2	4.0	1.0	2.9	2.1
La baisse de la religion	5.3	7.6	6.7	7.7	2.1	9.4	5.3	10.4	6.9	8.0	7.3	3.6	6.6
Un autre problème que ceux-là	-	0.8	0.5	0.6	2.1	4.7	4.0	2.1	2.5	4.8	1.9	2.2	2.6

Parmi les problèmes suivants, indiquez les 3 qui vous paraissent le plus menacés l'avenir de votre milieu. (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et +	Total	1-7	8-11	12 et +	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Aucun de ces problèmes n'est particulièrement menaçant pour le secteur	1.8	1.9	1.9	1.3	2.8	1.6	4.0	-	1.8	1.6	1.0	0.7	1.0
Total	100.0 (225)	100.0 (370)	100.0 (595)	100.0 (156)	100.0 (143)	100.0 (128)	100.0 (75)	100.0 (96)	100.0 (598)	100.0 (125)	100.0 (313)	100.0 (138)	100.0 (576)

NORMANDIN

Tableau 29: Parmi les problèmes suivants, indiquez les 3 qui vous paraissent le plus menacés l'avenir de votre milieu.

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Le départ des jeunes	19.9	18.1	18.7	17.9	17.9	22.2	19.8	15.9	18.7	20.0	18.4	11.9	18.7	16.6	19.8	20.3	18.7
L'assistance sociale	9.9	7.5	8.4	8.9	7.5	10.1	7.6	6.8	8.4	7.4	7.1	15.2	8.4	8.3	5.8	12.2	8.4
La pollution des eaux	2.5	3.1	2.9	2.4	5.7	1.0	3.0	2.3	2.9	2.5	3.0	5.1	2.9	2.2	2.9	3.2	2.7
Le chômage	22.4	16.2	18.3	20.3	21.8	19.2	16.7	11.4	18.3	18.5	19.4	15.2	18.3	16.0	21.5	17.1	18.4
La hausse de l'agriculture	8.1	8.7	8.5	9.8	7.5	9.1	13.6	3.4	8.5	9.2	8.2	5.1	8.5	7.7	12.2	4.9	8.5
L'avenir incertain de l'industrie forestière	10.6	12.5	11.8	12.2	9.4	10.1	9.1	18.2	11.8	12.3	13.3	6.8	11.8	9.9	12.2	14.6	12.1
	8.7	6.2	7.1	7.3	8.6	6.1	7.6	5.7	7.1	6.5	10.2	5.1	7.1	9.9	4.1	7.3	7.1

Parmi les problèmes suivants, indiquez les 3 qui vous paraissent le plus menacés l'avenir de votre milieu. (suite)

	Hommes	Femmes	Total	15-24	25-34	35-44	45-54	55 et plus	Total	Normandin	Girardville	Saint-Thomas	Total	1-7	8-11	12 et plus	Total
	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%	%
L'incompétence de la police	3.1	2.2	2.5	0.8	2.8	3.0	3.0	3.4	2.5	2.2	3.1	3.4	2.5	1.7	2.3	3.3	2.3
L'esprit de parti	3.7	4.0	3.9	4.9	1.9	5.1	4.5	3.4	3.9	4.3	3.1	3.4	3.9	3.3	3.5	5.7	4.2
La baisse de la natalité	3.1	4.0	3.5	5.7	3.8		3.0	5.7	3.5	4.3	1.0	5.1	3.5	3.9	2.9	4.1	3.6
La menace de la religion	6.2	14.0	11.4	5.7	11.3	12.1	9.1	20.4	11.4	10.1	12.2	16.9	11.4	17.7	9.9	4.1	11.3
Un autre problème que celui-là	1.2	0.7	0.9		0.9	1.0	1.5	1.1	0.9	1.2			0.9		0.6	2.4	0.8
Rien, je ne crois pas que l'avenir soit actuellement menacé pour le secteur	0.6	2.8	2.1	4.1	0.9	1.0	1.5	2.3	2.1	1.5	1.0	6.8	2.1	2.8	2.3	0.8	2.1
TOTAL	100.0 (161)	100.0 (321)	100.0 (482)	100.0 (123)	100.0 (106)	100.0 (99)	100.0 (66)	100.0 (88)	100.0 (482)	100.0 (325)	100.0 (98)	100.0 (59)	100.0 (482)	100.0 (181)	100.0 (172)	100.0 (123)	100.0 (476)